École des Hautes Études en Sciences Sociales

Ecole doctorale de sciences sociales 286

Centre de Recherches sur les Arts et le Langage (CRAL)

Doctorat

Discipline : Esthétique

GREEN CLARE

Design et relations pérennes avec les objets du quotidien

Thèse dirigée par: Jean-Marie Schaeffer

Date de soutenance : le 27 septembre 2019

Rapporteurs 1 Antonella Tufano, ENSA Paris La Villette
2 Thierry Lalot, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Jury 1 Florence Weber, ENS
2 Laurent Thévenot, EHESS
3 Steven Dorrestijn, Saxion University of Applied Sciences

REMERCIEMENTS

Beaucoup de personnes ont participé de près ou de loin à cette étude et ont permis qu'elle voit le jour. Mes remerciements vont plus particulièrement à:

Jean-Marie Schaeffer pour avoir accepté de diriger cette thèse et pour l'ensemble de nos échanges

Alain Findeli et Michéla Déni, qui représentent une partie de la recherche en design en France dont je me sens proche, et pour leurs encouragements et disponibilité.

Agnes Levitte, Marcia Baldissera, Ancuta Morta, Toshinori Anzai, Takanobu Fujimoto, Stephen Green, Laetitia Ducrot qui ont tous accompli des thèses en différentes formes et qui m'ont ainsi fourni des modèles à suivre et m'ont motivé à entreprendre, puis à poursuivre mes recherches

Nicolas Puyuelo pour des corrections et commentaires précieux

Karine, Estelle, Hannah, Mireille, Brigitte, Christelle, Martine, Isabelle, Vanessa pour avoir eu la gentillesse de participer à ces recherches

mes étudiants à l'ISD et mes étudiants à UNIMES pour leur implication et leurs réflexions pertinentes

mes collègues à l'ISD présents et passés, et en particulier Cécile Boimare, Mathieu Acquart, Denis Bettancourt qui ont suivi et commenté certaines parties des recherches

ma famille, Madeleine et Phoebe pour leur soutien et confiance et Stéphane pour toutes les discussions, commentaires, relectures et patience tout au long de ce travail

RÉSUMÉ

L'activité du design est le point de départ pour cette recherche. Elle se trouve au coeur des interrogations sur le bien-fondé de nos comportements de consommation. La pratique du design évolue pour faire face à ses responsabilités dans le contexte environnemental actuel, en questionnant le rôle de l'objet physique et en trouvant des alternatives technologies et virtuelles. Les évolutions vers plus de virtuel, quoique bénéfique, ne résolvent pas le problème de la place du matériel dans nos relations et dans nos comportements. C'est là le point de départ de cette recherche. Elle tente d'identifier les composants relationnels dans l'extension de la durée de vie des objets car l'optimisation et l'extension de la durée de vie des produits a le potentiel de réduire le cadence de consommation de matériaux et d'énergie intrinsèque. Ma volonté est d'apporter une focalisation sur des objets et des relations plus banals qui constituent la majorité de ce qui nous entoure.

Cette recherche s'est divisée en trois parties qui représentent trois façons d'aborder les relations pérennes aux objets. La *première section* se concentre sur l'activité de création des objets et la production d'éléments pouvant créer des relations avec eux. La *deuxième section* se base sur des cadres théoriques déjà utilisés pour structurer les relations aux objets, pour identifier les éléments appropriés pour aborder les relations plus longues avec les objets et les aspects des relations plus rarement traités. La *troisième section* examine des relations avec les objets *in situ* dans le quotidien, à travers une série d'études basées sur des méthodes de recherche sur les comportements en design. La complexité potentielle des relations aux objets est soulignée à travers ces trois sections. La première section montre les multiples facettes que peuvent posséder des produits. La deuxième section donne à voir différentes façons de structurer ces facettes. Enfin la troisième section permet d'assembler les facettes des produits qui semblent contribuer à la longévité des relations. La première et la troisième section illustrent ainsi deux moments différents dans la relation à l'objet: la production jusqu'à la présentation et le premier contact avec l'objet d'un côté, d'autre part la réception et la vie avec l'objet qui ne sont pas encore assez traitées par l'activité du design.

A l'issue de la phase d'expérimentation nous avons pu établir une illustration en forme de cartographie des composants présents dans les relations plus pérennes. Cette illustration donne un premier aperçu des composants identifiés comme robustes. Une partie de ces composants recouvre les thèmes et les déterminants identifiés dans d'autres recherches récentes et confirme la nature multi-facettes des relations pérennes aux objets quotidiens. L'identification de l'utilisation, les actions, le toucher et les ressentis, peu présents dans d'autres recherches consultées, constituent ici une partie importante de notre contribution. Il s'agit de composants relationnels qu'il conviendrait de plus privilégier dans des modèles et aussi des strategies de design futurs. Nos recherches tentent de ré-équilibrer l'importance donnée aux aspects symboliques des relations avec les objets, dans le cas des objets usuels. Elles soulignent la présence, l'importance et les particularités d'autres composants plus proches de l'objet physique.

Mots Clefs: Design soutenable, Longévité des produits, Objets Quotidiens, Comportements Utilisateurs, Expériences de Matérialité, Composants Relationnels

Design and lasting relationships with everyday objects

ABSTRACT

This research starts from designing, an activity at the heart of interrogations concerning our current consumption behaviour. As a practice, design is evolving in reaction to responsibilities in the current environmental context, by questioning the role of physical objects and by finding technological and virtual alternatives. While evolutions towards more virtual solutions may be beneficial they don't resolve the problem of the place of materials in our relations and our behaviour. This constitutes the research start point: attempting to identify the relational components that contribute to product longevity, as the optimisation and extension of product life-times has the potential to reduce the rate of consumption of both materials and embodied energy. The aim is to focus on the banal objects and relations that constitute the majority of what surrounds us.

This research is in three parts, which represent three different ways to approach lasting product relations. *Section one* concentrates on the activity that creates objects and produces elements that can create relations with them. *Section two* examines theoretical frameworks already used to structure object relations, with the aim of identifying elements appropriate for addressing longer relations and aspects of relations that may be overlooked. *Section three* examines object relations *in-situ* in everyday life, through a series of studies of user behaviour based on design research methods. The potential complexity of longer everyday object relations is underlined by these three sections. *Section one* highlights the multiple facets that products can possess. *Section two* illustrates different ways that these facets can be structured and *section three* regroups product facets that appear to contribute to longer product relations. The first and third sections also illustrate two different moments in product relations: firstly conception, production and first contact, and secondly reception and life with the object, which may not be sufficiently taken into account in design activity.

The outcome of the experimentation phase (*section three*) is an illustration mapping the key components present in longer product relations. This illustration gives an overview of the components identified as most robust. Some of these components match themes and determinants already identified in recent research and confirm the multi-facetted nature of longer everyday product relationships. The identification of the importance of actions (using, touching and feeling…), less present in the literature consulted, constitute a key contribution in this research. These are relational components that should be emphasised in future models and design strategies.

This research aims to re-evaluate the importance given to the symbolic aspects of object relations in the context of ordinary products and underline the presence, importance and particularities of other components closer to the physical, material object.

Key Words: Design for Sustainability, Product Longevity, Everyday Objects, User Behaviour, Materials Experience, Relationship Components

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS 03

RÉSUMÉ, MOTS CLÉS 04

TITLE, ABSTRACT, KEY WORDS 05

TABLE DES MATIÈRES 06

AVANT PROPOS 11

INTRODUCTION 15
La position inter-disciplinaire du design, 16. Une définition de l'activité du design, 19. Avantages d'une approche en lien avec le design, 22. Un champ d'action du quotidien, 25. Entre le produit, l'objet et la chose, 26. Relations plutôt qu'expériences, 29. Relations pérennes, durables ou plus longues, 30.

I. UNE HISTOIRE DES EVOLUTIONS DES RELATIONS AUX OBJETS 33

1.1 Le design comme de l'art 38
L'apparition du métier, 38. L'art, l'ornementation et la beauté, 40. Les valeurs de l'art, 40. L'implication de l'art dans le quotidien, 41. *Design Art*, 42

1.2 Associer l'art et l'utilité 44
La décoration, la fonction et l'intelligence, 44. L'art et l'utilité, 44. L'utilité versus l'élégance, 45. Utilité et inutilité, 46

1.3 Pour l'amélioration du quotidien 48
Une attention aux détails du quotidien, 48. L'implication de tous, 49. Les gestes du quotidien et les gestes de l'hygiene, 50. Les objets pour éduquer, 51. Des formes de design peu documentées, 51

1.4 Rationalité et fonctionnalité 53
L'industrie et la rationalisation comme modèle, 53. Utilité et simplicité, 54. Normes et standardisation, 54. Forme et fonction, 55. Pourquoi la fonctionnalité comme forme? 56.

1.5 Exprimer l'avenir et faire rêver du futur 58
Formes pour exprimer des technologies nouvelles, 58. Un langage de modernité, 59. Les matériaux qui expriment la modernité, 60. *Machine Art* et formes liées aux modes de production, 60 La modernité optimiste du *Streamline*, un style national, 61. Faire rêver d'un avenir technophile, visions de la modernité, 62.

1.6 *Good Design*: l'intégrité et l'honnêteté 64
Débuts de reflexion sur le "*Good Design*", 64. *Good design* comme langage, 65. Populariser les objets rationnels, l'*Utility*, 65. Les vertus simples, 67. Modestie et sérieux, 67. Honnêteté et intégrité, 68. Lisibilité des matériaux, 68. L'adaptation aux besoins humains, 69. L'implication des destinataires, 69.

1.7 L'objet véhicule de signes (et de sensorialité) 71
Optimisme, frivolité et félicité, 72. Références et signes pour générer de l'émotion, 72. "Fonctions psychologiques" des objets et des ambiances, 73. Libération des dogmes du bon design, 74. Objets plus expressifs, 74. Multi-sensorialité, 76. Mouvoir, 77. Approches personnelles, 77. Ironie et provocations, 78

1.8 Questionnement de l'objet et du design 81
Le designer est un méchant, 81. Design pour mieux vendre, 82. Les objets cultes et les objets pour exprimer l'identité, 82. Gaspillage créatif, modes et styles, 83. Redondances, 84. Les débuts d'un design soutenable, 85. Frustrations envers des objets non-durables, 85. L'intégration de l'humain, le design centré sur l'humain, 86. Laisser place aux utilisateurs, 87. Le design critique, 88. La disparition de l'objet, 88.

1.9 Conclusion 90
Design au-delà des objets, 90. Le signe et la culpabilité, 90. Fonctionnalité; une qualité ambiguë, 91. Médiation des objets, 91. Art et design, 91. Statut du concepteur et du destinataire, 91.

TRANSITION 1 - 2 : *Quelques problèmes avec les relations aux objets matériels* 93
Un regard biaisé, 93. *Le "trop",* 94. *Stuff et déchets,* 94. *Matières ineptes,* 95. *La toxicité,* 95. *Relations inhumaines,* 95. *Etre et Avoir,* 95. *Matérialisme,* 96. *Tout garder,* 97. *Hoarding,* 98. *Clutter,* 98.

---

2. CADRES THÉORIQUES POUR STRUCTURER LES RELATIONS AUX OBJETS 100
2.1 Quelles sont ces relations? Regard sur les ambiguïtés du lexique
L'*ensoulment* et l'engagement, 102. *Commitment* et *involvement,* 103. Singularisation et attachement, 104. Objets favoris et chéris, 106. Les sens particuliers, *meaningful objects,* 106. L'amour des objets, le quasi-autre, 107. L'enchantement et les objets enchantés, 109. Les relations pérennes, *ensoulment* et *stickiness*, 111. *Eternally yours*, et la durabilité émotionnelle, 112. Le soin et les actions envers les objets, 115. Objets touchés au quotidien et relations plus pérennes, 116.

2.2 Quels cadres pour comprendre les relations/mécanismes? 119
(Cinq) Positionnements différents sur les relations entre l'humain, l'objet et le contexte, 121.

2.3 Possessions et soi (théories du "*product attachment*") 123
L'extension de soi, 123. La cultivation et la représentation de soi, 125. L'attachement aux produits de consommation, 127. Une définition de l'attachement aux objets en recherche de consommation, 129. Neuf sens (*meanings*) qui génèrent "*emotional bonding*" aux produits, 130. L'attachement émotionnel aux produits domestiques en six thèmes, 131. Limitations des théories d'attachement, 132.

2.4 Des besoins et des plaisirs 136
Le plaisir dans les interactions aux produits, 136. Au-delà des facilités d'utilisation en interaction, 138. La hiérarchisation des besoins, 139. La satisfaction et les dimensions hédoniques dans l'expérience, 141. Design Positif et *Design for Happiness,* 142.
La hiérarchisation des besoins pour des artefacts durables, 144. Les plaisirs de besoin ou

d'appréciation?, 144. Les expériences individuelles et corporelles, 145. Une vision large et multi-factorielle, 146. Les limitations des structures basées sur les besoins et les plaisirs, 147.

2.5 Les modes de traitement (cognitifs) 149
Emotional design, expériences et réponses humaines aux produits, 149. L'expérience (esthétique) avec les nouvelles technologies, 151. Trois niveaux de traitement, 152. L'*appraisal* dans chaque niveau de traitement et *core affect*, 154. Un modèle détaillé des réponses cognitives, affectives et comportementales, 157. L'intégration du contexte dans un modèle de l'expérience des technologies, 160. Le rôle de l'émotion, 163. Termes et concepts équivoques dans les modèles de traitement, 164. La temporalité dans les expériences d'interaction aux produits, 166.

2.6 Action et utilisation 169
La phénoménologie comme cadre pour le design des objets et relations avec eux, 170 Les objets dans l'action et l'utilisation, 171. Perspectives pour la durabilité des relations: fonction, symbolisme et qualités matérielles, 173. L'artefact transparent, 177. L'artefact engageant et l'engagement, 177. Différentes formes de relation aux objets technologiques (d'après Ihde), 180. Discussion des thèmes clefs: médiation, engagement, *embodiment*, transparence et *background*, 183.

2.7 Contexte et réseaux 188
La prise en compte du contexte d'utilisation en design, 189. Théories des pratiques, *practice theories*, 190. Appropriation et domestication, 191. Un modèle de temporalité de l'expérience, 193. Appropriation, assemblage et normalisation, 195. Théories de pratiques comme approche méthodologique, 197. Temporalité dans les théories des pratiques, 199. Actions individuelles et régimes de familiarité, 200. Scènes d'action et *background*, 201. Intersections et réseaux, 203. Limitations et objets matériels, 205.

2.8 Conclusion sur les cadres applicables aux relations longues 209
Le rôle des objects, 210. Des relations multi-factorielles, 211. Des structurations possibles, 211. Les dispositions personnelles, 211. Les relations dynamiques, 212. L'engagement, 212. L'invisibilité, 212. Les scènes d'action, l'arrière-plan, 213. Les limitations, 213. Les questions restantes, 214.

TRANSITION 2 - 3: *Récit sur une relation: "Regrets sur ma vieille robe…" de Diderot,* 216
Superficialité, 217. *Personification,* 217. *Relations à multiples facettes,* 218. *Récit comme approche méthodologique,* 221. *Présence des matières et du matériel,* 220.

---

3. EXPERIMENTATION

3.1 L'approche méthodologique 222
Une diversification de méthodes, 226. L'objet ordinaire, 230. Les objets en contexte, 231. La nature de la cohorte, 232. Les différents aspects de la temporalité, 233. Un biais de focus; regarder le familier, 235. Conclusion, 237.

3.2 Questions principales et synthèse des huit expérimentations 239

3.3 De quels choses/objets parle-t-on? 245
Le nombre d'objets touchés, 249. La diversité des objets, 251. Catégorisations, catégories et classifications, 254. Les familles d'objets les plus présentes, 258. Conclusion, 261.

3.4 Des relations à multiples facettes 262
Possibles termes pour les différents composants d'une relation, 263. Peut-t-on confirmer la présence de multiples composants dans les relations plus longues, 265. Représentations schématiques des relations, 265. Les multiples raisons pour une relation plus longue, 269. Raisons indirectes et implicites, 272. Points de contraste dans les objets qui comptent, 274. Les facettes/déterminants les plus importants dans les relations pérennes?, 276. Peut-t-on hiérarchiser les déterminants par importance dans les relations?, 276. Conclusion, 278.

3.5 Les composants principaux des relations plus longues 280
3.5.1 L'utilisation (*using/doing*)
Fonctionnalité comme justification, 284. Mon utilisation en plusieurs actions, 284. Habitudes d'utilisation, 285. Soin et nettoyage, 286. Outils (très) simples, 288. Utiliser à ma manière, 289. Conclusion, 290.

3.5.2 Ressentir/toucher (*feeling on me)* 291
Proximité ressenti sur le corps, porté, 293. Présence du corps dans la relation, 294. Toucher spécifique, remarqué, douceur, 294. Compacte, légère, 296. Mouvement, l'ensemble du corps, actions, 297. Manipulations, actions à plus petite échelle, 297. Conclusion, 298.

3.5.3 Temps et durabilité (*keeping/noticing time*) 299
Des objets très vieux, 303. Temps de possession/relation, 304. Pérennité perçue, 304. Marques d'âge, de vieillissement, d'usage, 305. Evolution et projection, 307. Conclusion, 307.

3.5.4 Souvenirs et symboles de soi (*remembering self*) 309
L'expression de soi, 311. Souvenirs d'enfance, l'identité passée et présente, 312. Symbole d'une autre personne, d'un lien, 313. La famille, le groupe social, 314. Evénements, 314. Histoires, 314. Symbole sans histoire particulière, 315. Conclusion, 316.

3.5.5 Le plaisir (*experiencing pleasure*) 317
Moments de plaisir, 319. Jeux et activités de plaisir, 320. Plaisir de l'utilisation, 320. Sensation de plaisir, 321. Confort, assurance et bonne humeur, 322. Conclusion, 322.

3.6 Composants ambigus 327
3.6.1 Contextes et réseaux 329
L'influence sur son contexte spacial, 332. Un contexte spacial spécifique, proche ou générale, 333. Ce qui accompagne l'objet, 334. Représentants, "*stand-ins*", 335.

3.6.2 Qualités visuelles, (*looking/not looking)* 336
Le style, apparence générale, 340. Mon style, comme moi, 341. Unique, originale, 341. La (bonne) couleur, 342. Une décoration, 342

3.7 Conclusions des expérimentations 344
3.7.1 Observations sur méthodes 346
Objets peu visibles, modifier le regard, 346. Modes d'expression très variés, 347. De l'émotion dans les relations aux objets, 347. Facilités, automatismes, 348. Gêne/ pudeur à raconter des relations, 348. Choix d'objets/descriptions de relations, 349.

Temps de réponse, 349. 'Objets' ou 'Choses', 350. Différences individuelles?, 350. Pistes de reflexion pour recherches futures, 351.

3.7.2 Un modèle à multiples composants 353
Peut-t-on confirmer la présence de multiples composants? 353. Décrire la nature des principaux composants? 354. L'identification des composants les plus importants? 355. Organiser, hiérarchiser les composants? 356.

3.7.3 La présence et la conscience du matériel 358
L'absence de l'entité physique, 358. Un statut incertain pour le matériel, 359. Relations avec et à travers la matérialité, 360. Une appréciation des choses en tant qu'entités matérielles, 361. Une conscience des matières, 361. Objets matériellement présents? 362.

3.7.4 Le corps, l'action et le mouvement 364

3.7.5 Discussion 366

CONCLUSION 369

LISTE DES FIGURES 375

LISTE DES TABLEAUX 376

BIBLIOGRAPHIE/REFERENCES 377

INDEX 389

ANNEXES
- Experimentations: calendrier 392
  1) Everyday things we care about 393
  2) Mapping why we keep things 402
  3) Daily stuff that matters 410
  4) Everything I touched 419
  5) What I see at home 427
  6) A throwaway thing I kept 432
  7) Two opposing possessions I like 436
  8) Probe of everyday things 441
- Portraits de Diderot 453

AVANT PROPOS

A l'origine, ce travail devait se nommer: "L'identification des mécanismes créateurs de relations pérennes face aux objets usuels; le rôle de la surface et de l'ornementation". L'envie initiale de cette recherche était d'explorer le rôle de la peau des objets usuels dans les relations pérennes avec eux. Au fur et à mesure de l'avancement du travail le sujet s'est élargi. Il manquait un cadre convenable pouvant servir de socle à la compréhension des mécanismes ou des composants des relations plus durables avec les objets. Les cadres trouvés, issus, ou proche de la recherche en design ne semblaient pas donner une image suffisamment diversifiée. La représentation des composants des relations paraissait partielle. A partir de là, s'est développée la volonté de montrer la pluralité et la complexité des composants qui sous-tendent les relations plus pérennes aux choses, même quotidiennes, usuelles et non-précieuses.

Même si l'approche est critiquable en termes d'orthodoxie de recherche, cette étude garde un faisceau large pour ne pas trop tronquer le regard sur ce qui peut exister comme mécanisme agissant sur la durée des relations avec les objets usuels[1]. Il sera ici question de composants des relations plus pérennes et d'une tentative de donner à voir une pluralité plutôt que de chercher une synthèse. En terme de titre, il semble maintenant plus approprié de parler de "comprendre (pour concevoir) les relations plus pérennes avec les objets quotidiens" ou de tenter de mieux comprendre ou de définir "les mécanismes qui agissent sur la durée des relations avec nos objets physiques quotidiens". En effet, les questions autour du rôle de la surface et celui de l'ornementation se sont transformées en interrogation sur la place de l'ensemble du matériel dans les relations plus longues aux objets physiques.

Il est important de préciser que cette recherche est fortement orientée par un point de départ particulier et pragmatique[2] qui est celui de l'activité du design. Les questions à l'origine de ce

---

[1] Cette approche fait suite à la façon d'aborder l'expérience esthétique de Jean-Marie Schaeffer, comme une combinaison de plusieurs phénomènes différents, et située dans la vie commune/quotidienne. Jean-Marie Schaeffer, *L'Expérience Esthétique*, Editions Gallimard, Paris, 2015. Ce regard de notre recherche devient aussi automatiquement plus large et plus complexe dès qu'il est situé dans le contexte quotidien.

[2] Alain Findeli, A. et R.Bousbaci, R. 2005, The Eclipse of the Object in Design Project Theories, *in The Design Journal, The,* November 2005. Selon Findeli et Bousbaci une étiquette philosophique qui conviendrait assez bien à la culture épistémologique propre au design serait "pragmatiste".

travail viennent de ma pratique de designer[3] et d'enseignante sur une période longue, pendant laquelle l'activité du design a énormément évolué.

Autant nous pouvons penser que l'activité du design aujourd'hui peut se définir et probablement être considérée comme stabilisée, autant le parti pris de cette étude est de considérer ce métier en constante évolution. La période vécue personnellement au sein de cette activité est marquée par ces forts changements.

J'ai commencé mes études de design au milieu des années 1980, une période nommée la "décennie du design"[4]. L'influence de Memphis et du design italien, en général, était très forte qu'il s'agisse de l'humour, du style, des formes biomorphiques ou de la décoration. Ma carrière de designer m'a emmenée au Japon, au début des années 1990, avec une approche à l'égard du design guidée en partie par les nouvelles technologies mais aussi par une attention accrue portée sur les nouvelles interfaces et l'ergonomie d'usage des produits technologiques. Il s'agit aussi d'une période où les outils autour de l'expression et du décryptage des tendances se sont fortement développés.

La période de la fin des années 1990, où mon activité de designer s'est doublée d'une activité régulière d'enseignante en design, semble marquée par l'adoption généralisée des méthodes en design plus centrées sur l'humain, et aussi la prise en compte (enfin) des contraintes environnementales. A partir des années 2000, en tant qu'activité le design s'est ouvert à des sphères d'application beaucoup plus larges dont une des manifestations est le Design Thinking[5]. Sur vingt cinq ans le design en tant que pratique et activité[6] est devenu beaucoup plus complexe, plus large mais également plus responsable, plus enrichissant et potentiellement plus utile.

Alice Rawsthorn[7] affirme que "Le design est un phénomène complexe et souvent insaisissable ayant changé dramatiquement dans la durée en adoptant différents déguisements, sens et objectifs selon différents contextes. Mais son rôle élémentaire est d'agir comme agent de change, nous aidant à comprendre ce qui nous entoure et à le transformer à notre avantage". En termes de

---

[3] La formation première suivie était celle de *3D design, Product and Furniture*, et mon métier de départ est plutôt celui de "*product designer*". Il convient de noter que si autrefois la traduction courante aurait été "designer industriel", il est plus courant en France aujourd'hui d'utiliser simplement le terme "designer".

[4] Lees Maffei, The Production–Consumption–Mediation Paradigm, Journal of Design History, Volume 22, Issue 4, December 2009, Pages 351–376

[5] "Design Thinking" est l'idée d'une façon de penser propre au design, utilisable pour traiter des problèmes au delà de la conception des objets, produits et services. Le terme est surtout lié à l'agence du design IDEO, formé en 1991, mais aussi avec le d.school de Stanford, qui donne des cours de design thinking à partir de 2005, et le livre de Tim Brown, *Change By Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*, Harper Business, 2009

[6] Cette vision de l'évolution du design est un regard partant d'une expérience personnelle de la pratique et de l'enseignement du design appliqué. L'histoire de la recherche en design donnerait une toute autre vision de l'évolution de la pensée en design.

[7] Alice Rawsthorn A. *Hello World: Where Design Meets Life*, 2013, Penguin Books

changement, un des plus fondamentaux concerne l'environnement et les comportements autour de la consommation où le design est à la fois un agent coupable et peut devenir un agent de change. Cette étude se situe forcément dans ce contexte du besoin de l'activité du design d'agir face aux crises environnementales et s'inscrit dans un corpus de recherche sur les relations aux objets et des "product lifetimes". Il y a vingt ans, le group *Eternally Yours*[8] signalait que "*products are entitled to dignified ageing. Their contribution to waste needs drastic reduction*". Le design évolue, lentement, vers une activité de plus en plus responsable et éthique, sans pour autant questionner suffisamment nos relations avec le matériel.

L'apparition du "Design Thinking" est une autre évolution marquante (et relativement récente pour l'activité du design) mentionné ci-dessus. Il y aurait une façon particulière propre au design de réfléchir et aborder des problèmes qui serait applicable à des problèmes au delà de la sphère habituelle du design. Une définition, peut-être réductrice de cette façon de penser, proposée par Eric Stoltermann & Harold G Nelson[9]; c'est le *conscious not knowing.* D'une certaine façon cette définition correspond bien au point de départ de cette étude. Il s'agit, si c'est possible, d'une exploration sans a priori, pour illustrer et donner à voir la complexité des relations plus longues aux objets usuels. Elle part d'une envie personnelle de mieux comprendre ces relations et d'une volonté d'aider d'autres personnes à y réfléchir et à structurer ou à aiguiller leur compréhension.

Cette étude a été rendue possible par mon statut d'enseignante dans différentes écoles de design et par la liberté qui m'était accordée par ces écoles d'explorer mon sujet dans le cadre de mes enseignements. Ce travail est ainsi riche de la participation active et réfléchie d'un nombre relativement important de classes d'étudiants en design et des échanges avec mes collègues. Ce contexte a permis un travail à une plus grande échelle et a permis de garder une diversité de regards sur le sujet.

Cette recherche peut apporter des réponses *pour* l'activité du design; elle s'adresse donc à des designers et des étudiants en design. Comme l'indique une des nouvelles propositions de titre mentionnée plus haut, un des objectifs en termes de résultat est de créer un modèle pouvant servir de base à une réflexion sur les outils pour concevoir des relations plus durables[10] avec des objets physiques. La proposition d'une définition complète de l'activité du design ou de la

---

[8] Eternally Yours, un groupe de reflection sur la pérennité des objets fondé par Lisbeth Bonekamp, Henk Muis et Ed van Hinte: (http://www.henkmuis.com/bntemplate83/eternallyuk.html)

[9] Harold G.Nelson & Erik Stolterman, The Design Way, Intentional Change in an Unpredictable World, MIT Press, 2012

[10] Les relations plus longues ne sont pertinents que dans certains cas d'objets, donc il est plutôt question de relations plus justes, plus durables et soutenables, ce qui implique de questionner des types d'attention portés aux objets.

recherche en design n'a pas lieu d'être dans le cadre de ce travail. Néanmoins, il convient de décrire et de situer l'approche propre à l'activité du design, qui influence fortement la façon dont cette étude est menée, pour des lecteurs hors du domaine du design. Ceci permettra, je l'espère, des discussions et des échanges avec d'autres disciplines traitant des mêmes sujets. Ma volonté est de m'inscrire non seulement dans la recherche en design mais encore de m'adresser à la communauté de pratiques de l'activité du design, voire au delà. C'est pour cela que mon but est d'écrire un document qui peut être lu par différents publics.

Le lecteur/la lectrice remarquera la relative pauvreté de la bibliographie française. Les références utilisées sont essentiellement anglophones et ceci pour des raisons diverses: *1)* étant moi-même anglophone mes lectures m'ont naturellement plus orientée vers les références en cette langue, *2)* les recherches, surtout récentes, sont en grande partie effectuées en dehors de la France, *3)* ce travail peut permettre au non-anglophones de s'ouvrir à ces recherches, *4)* parce-que je juge ces recherches pertinentes je souhaite participer à leur insertion dans le monde de la recherche française. Etant non-francophone, j'espère également que le français du texte ne gêne pas la compréhension du propos.

En tant que designer, mon propre regard sur les objets physiques et ma relation avec le matériel ne sont probablement ni neutres ni représentatives. Les définitions du design qui font partie de l'introduction et aussi l'histoire des relations aux objets à travers le design de la première section permettront aux non-designers de mieux comprendre le biais de regard propre à l'activité du design. Ce biais est inhérent à l'ensemble de l'étude qui suit et oblige à être vigilant sur ses faiblesses et à profiter de sa spécificité.

INTRODUCTION

Selon un article dans le LA Times de 2014, une famille américaine moyenne possède 300,000 “choses”[11] dans son foyer. Une étude très détaillée et très citée par une équipe de UCLA entre 2001 et 2004 effectuée sur 32 familles californiennes de la classe moyenne notait 2,260 objets en vue[12] dans la plus petite maison étudiée. Pour montrer la profusion de choses en tout lieu du foyer, l’étude signale, par exemple, que chaque famille étudiée avait, en moyenne, 55 objets collés sur les seules surfaces de leur réfrigérateur.[13]

Depuis 2004 il y a eu clairement une prise de conscience du trop d’objets dans nos espaces de vie.[14] La situation du “trop” et les solutions possibles pour y remédier sont souvent présentées soit de façon peu constructive ou de façon très simplifiante comme autant de recettes à suivre pour mieux vivre. Sans prendre position sur cet ensemble de recherche et littérature, il est évident que notre relation aux choses va devoir évoluer. Il va falloir posséder moins, choisir différemment les choses que l’on va vouloir garder plus longtemps,[15] des objets plus essentiels, meilleurs, plus durables. Ici, il n’est pas une simple question de choses plus durables[16] mais de relations aux choses plus durables.

Comment concevoir des choses qui vont générer des relations plus longues? Est-ce qu’on comprend déjà ce qui rend une relation plus durable avec nos objets de tous les jours? Ces connaissances semblent essentielles pour les designers d’objets; mais, étant au coeur du problème, ils peuvent aussi agir pour des solutions. C’est le point de départ de cette étude: le

---

[11] http://articles.latimes.com/2014/mar/21/health/la-he-keeping-stuff-20140322

[12] les objets dans les tiroirs, placards, hors la vue des chercheurs n’étaient pas dans ce décompte. Il s’agissait des objets visibles dans une maison de 90m2 (avec deux chambres et un salon).

[13] (Life at Home in the 21st Century, UCLA research, 2001 - 2005, et commenté sur https://www.bbc.com/news/magazine-30849473, http://magazine.ucla.edu/features/the-clutter-culture/index.html, et même si cet exemple vient d’une étude sur des familles californiennes, le compte rapide dans ma propre cuisine familiale Parisienne donne 44 objets collés sur la porte du réfrigérateur familial, et 66 sur l’autre panneau d’affichage se trouvant à côté.

[14] Voir Graham Hill, TED 2011, less is more, James Wallman, Stuffocation etc.

[15] ibid. Wallman suggère en introduction que “*In this new era, we will buy fewer and different material goods*”

[16] Dans le film “Objectified” de 2009 le cas de la brosse à dents est mentionné à plusieurs reprises. Un designer raconte son désarroi en trouvant la nouvelle brosse récemment dessiné échoué sur une plage de rêve à priori après un long voyage. Un autre designer (Karim Rachid) commente l’ineptie de concevoir un objet prévu pour une vie de trois mois dans des matériaux qui peuvent durer 20 fois plus et suggère que tout objet prévu pour durer moins de 11 mois devrait être fabriqué en carton, un voeux pertinent mais simpliste sur un problème réel. Le coeur du problème se situe autant dans les attentes, habitudes et comportements que seulement dans le choix des matériaux.

regard d'un designer sur les composants des relations plus longues avec les objets de tous les jours.

La position inter-disciplinaire du design

Le design, comme discipline, occupe une position instable et en évolution[17]. Elle se trouve entre de nombreuses disciplines plus établies et certainement plus académiques. Le parti-pris de cette recherche est de considérer que ce contexte peut être un avantage en constituant un nouveau point de regard sur la question de nos relations avec les objets. Etant à la lisière de plusieurs domaines académiques, le design ne s'est pas orienté de façon automatique vers un cadre, une structure ou une famille de structures, même si les liens avec certains domaines de recherche sont plus forts que d'autres.

Pour synthétiser les champs d'action du design évoqués ci-dessus, la structure proposée par Terence Love[18] et établie pour encadrer la recherche en design, propose de constituer une trame simple dont les éléments clefs du design (*designing*) sont les humains, les objets et les contextes. En croisant ces éléments Love identifie neuf domaines de recherche et de construction de théories;

Humans
Objects
Contexts
Human to human interactions
Object to object interactions
Human and object interactions
Human and context interactions
Object and context interactions
Interactions involving human(s), object(s) and context(s) together

Cette structure permet à Love d'identifier un très grand nombre de disciplines traitant aussi de ces sujets, ayant des frontières communes avec le design et pouvant enrichir et contribuer au théories/connaissances liées au design. Pour le domaine *Human and Context interactions*, Love identifie, sans fermer la liste, l'Esthétique, l'Ergonomie, la Philosophie, le Psychologie, le Psychologie sociale, la Recherche en Design… Ce travail démontre pourquoi il est souvent question de multi-disciplinarité ou d'interdisciplinarité dans le domaine du design. Il confirme,

[17] Ceci est la position de cette étude sans forcement être partagé par l'ensemble du métier

[18] Terence Love, 2002, Constructing a coherent cross-disciplinary body of theory about designing and designs: some philosophical issues, *Design Studies*, Vol 23, 345 - 361

avant tout, le champ large de l'action du design en le plaçant bien dans les interactions entre l'humain, l'objet et le contexte.

Pour trouver des structures pertinentes pour mieux comprendre les mécanismes qui sous-tendent ces relations, ce cadre du design peut s'avérer utile. Si le point de départ de cette étude est le domaine du design, la littérature en design qui traite le sujet des relations aux objets se réfère à de nombreux domaines qui ont des frontières communes. Le tableau (1,1) ci-dessous donne un premier aperçu non exhaustif, à titre indicatif, des domaines académiques hors du design traitant la question des relations aux objets (dont les recherches font partie des références utilisées dans cette étude).

academic field	**discipline**	**spécialisation/branche**
Applied Sciences	Engineering	Computer Science, Psychology/HCI, UX/AI
Applied Sciences	Marketing	Consumer behaviour, Collector behaviour, Sustainable Business Practices
Humanities	Geography	Human Geography
Humanities	Philosophy	Environmental philosophy, Philosophy of technology
Interdisciplinary	Cognitive science	(inc. psychology, neuro-science, philosophy, anthropology…)
Interdisciplinary	Psychology/Computing	Social Computing/HCI
Natural Sciences	Neurology	Neuroscience
Social sciences	Anthropology	Social Anthropology
Social sciences	Archaeology	Material Culture
Social sciences	Psychology	Affective Sciences, Applied Psychology, UX, Cognitive Psychology, Ergonomics/Human Factors, Psychoanalysis, Social Psychology, Positive Psychology
Social sciences	Sociology	Media & Communication studies, Organisation studies, Sociology of consumption, Culture studies
Social sciences		Applied Psychology/HCI

Tableau 1,1 *Disciplines pouvant traiter des relations avec objets (hors design)*[19]

A ce point de l'étude, il est important de préciser que la littérature académique sur le design s'inscrit dans une discipline qui est la recherche en design. La nature de cette discipline est à

[19] Cette liste était créée à partir des disciplines énoncés et des domaines de recherche des auteurs principaux utilisés en référence dans les chapitres suivants, et des auteurs qui sont à l'origine des cadres théoriques présentés. La notion de champ académique n'est pas forcement toujours apte ici, car ce qui réuni beaucoup d'auteurs cités est probablement une approche inter-disciplinaire.

l'image de son histoire, plutôt récente[20] et sa position en quelque sorte d'objet frontière.[21] Dans un article de 2001, très cité dans le domaine de la recherche en design, Nigel Cross[22] trace l'histoire récente du statut du design en tant que science ou discipline et conclut que les sciences et les arts ont une histoire [à l'évidence] beaucoup plus forte de "*inquiry, scholarship, and research*". Il signale que le design et la recherche en design doivent "*draw upon those histories and traditions where appropriate, while building our own intellectual culture, acceptable and defensible in the world on its own terms.*" En tant que domaine de recherche plutôt récente, le design a dû s'appuyer sur d'autres cultures de recherche mais cette position à permis probablement d'enrichir en même temps cette discipline. Cross commente que si:

> *"…we have come to realise that we do not have to turn design into an imitation of science; neither do we have to treat design as a mysterious, ineffable art. We recognise that design has its own distinct intellectual culture. But there is also some confusion and controversy over the nature of design research…*[23]

Cette controverse vient en partie du contexte multi-disciplinaire dans lequel se passe la recherche en design.[24] Il faut considérer aussi que, jusqu'à la fin du XXe siècle, cette recherche était souvent menée par des chercheurs formés dans d'autres disciplines.[25] La recherche en design a néanmoins sa propre identité qui vient de la pratique du design et de ses méthodologies.

Une autre raison importante de confusion sur la nature de la recherche en design vient du lien entre l'activité du design et celle de la recherche. Stappers & Sleeswijk Visser (2014) montrent que la recherche et le design sont très proches, car la recherche fait déjà partie des processus de design[26], "qu'il s'agisse de mieux comprendre le problème à résoudre, de faire de la recherche sur les qualités des matériaux, d'analyser l'efficacité d'un système"[27].

---

[20] Le début de la recherche en design est habituellement situé à partir de la "*Conference on Design Methods*", 1962. En établissant une méthodologie pour la pratique du design, cette conférence à marqué le début du design comme sujet de recherche scientifique (Gedenryd H. 1998, Frankel & Racine, 2010). En 1966 le *Design Research Society* est établie en Grande Bretagne, et des journaux sur la méthodologie, sur les théories et la recherche en design apparaissent à partir de la fin des années 1970 avec le *Design Studies Journal* en 1979, et *Design Issues* en 1984.

[21] Nathalie Heinich, (2017), *Les Valeurs*, utilise le terme objet frontière dans le cas des "objets d'évaluation [qui se situent] à l'intersection de deux ou plusieurs domaines à la couleur axiologique différente.", p301

[22] Nigel Cross, 2001, *Designerly Ways of Knowing*, in Design Issues

[23] Nigel Cross, 2006, p 126, Designerly Ways of Knowing, Birkhauser

[24] Pieter Jan Stappers, Froukje Sleeswijk Visser, 2014, Meta-levels in design research: Resolving some confusions, *DRS conférence proceedings*, Umea, Sweden

[25] Lois Frankel & Martin Racine, 2010, The Complex Field of Research: for Design, through Design, and about Design, in *DRS conference proceedings*

[26] Stappers & Sleeswijk Visser listent quatre possible relations de base entre design et recherche; *a) design and research as overlapping entities, b) design and research as separate entities, c) research as part of design, d) design as part of research.*

[27] Christopher Crouch & Jane Pearce, 2012, *Doing Design Research*, Oxford, Berg

On caractérise souvent la recherche en design par la notion de recherche “pour, par et sur” le design[28]. Cette étude sur les relations aux objets se situe à la fois *pour* le design en tant qu’activité et *par* le design en termes de palette d’outils et de processus. De ce fait, il est ici important de préciser la nature de cette activité et en quoi ses processus peuvent être pertinents pour aborder ce sujet, d’autant plus que “le design” est un mot très familier qui décrit une activité qui ne l’est pas forcement autant.

Une définition de l’activité du design

L’omniprésence médiatique du design donne l’impression qu’il s’agit de quelque chose de familier. Quand le mot “design” apparaît dans les medias, il est synonyme de “style” (Rawsthorn, 2013, p.9), un sens facile à comprendre et qui contribue à renforcer l’idée du design comme une activité essentiellement lié au “beau, élégant, distingué, chic, classe” ou bien “moderne, récent, nouveau, original” [29]. A côté de ce concept clairement nommé dans les média de masse[30] le design joue un rôle plutôt silencieux, généralement non-reconnu mais vital dans les produits de consommation de masse. Il est clairement possible de voir le design dans presque tout ce qui nous entoure (Vial, 2010, p53). Ceci peut créer une confusion sur sa nature en tant qu’activité.

Le mot “design” a l’avantage d’être un mot très courant et d’usage large. C’est aussi son désavantage. Un des plus célèbres designers du 20e siècle, Henry Dreyfuss commente que:

> *…the term leaves much to be desired. The word design is certainly not the exclusive property of the industrial designer. Its dictionary meaning “to contrive for a purpose” makes it equally the property of engineers, architects, advertising men, artists and dressmakers. The qualifying word “industrial” doesn’t pin it down precisely either. But it’s too late to coin a substitute. The term is one of the little agonies the profession must bear.*[31]

Le mot design n’appartient pas seulement aux designers, ce qui est normal. Alice Rawsthorn (2013) signale que le mot design apparaît dans le Oxford English Dictionary en 1548 en tant que verbe, avec un sens proche du latin *designare:* signaler, designer ou indiquer. En 1588, *design* est devenu un nom en anglais avec comme sens “*purpose, aim, intention*” et puis encore 5 ans plus tard le nom a une définition plus détaillée “*a plan or scheme conceived in the mind of something*

---

[28] Christopher Frayling, 1993, Research in Art and Design, Royal College of Art, *Research Papers*, 1(1), 1-5. Frayling a établi (à priori basé sur des catégories établies par Herbert Read) l’idée de trois catégories de recherche en lien avec le design, en termes de “*for…, through… et about…*”. Voir aussi Frankel & Racine (2010)

[29] Stéphane Vial, *Court Traité du Design*, Presses Universitaires de France, 2010, p15

[30] Penny Sparke, *An introduction to design and culture, 1900 to the present*, (2004), 2012, third édition, Routledge

[31] Henry Dreyfuss, *Designing for People*, 1955.

to be done, the preliminary conception of an idea that is to be carried into effect by action".[32] Tout en gardant ces sens génériques, le mot design est aussi adopté pour décrire des dessins, plans et diagrammes, pour indiquer, en détail, comment construire des objets conçus par des architectes, ingénieurs et artisans. Avant même le début de l'ère industrielle, le mot design possède un grand nombre de sens.

Les éditeurs d'un dictionnaire récent du design[33] notent que le *language of design can be infuriatingly broad and slippery*. Une phrase proposée par l'historien du design John Heskett[34] donne une illustration plutôt élégante de l'aspect "large et glissant" du mot design:

Design is to design a design to produce a design

où nous trouvons successivement:

- un nom pour l'activité mais aussi le champ d'action générale,
- un verbe pour planifier, faire une action ou un processus,
- de nouveau un nom pour un dessin/concept ou proposition
- et finalement un nom pour indiquer une réalisation, un produit fini.

Le fait que le mot design puisse être utilisé à la place de mots comme plan, concept, proposition ou réalisation ne veut pas dire qu'il doit l'être. Pour aborder le design, il est important d'éviter de l'utiliser à la place d'autres mots plus spécifiques[35]. Si l'utilisation la plus problématique du mot design est probablement le design comme nom masculin et concept général[36], le sens le plus utile est le sens le moins historique: le design comme activité spécifique donc *designing*, ou le verbe *to design*/faire du design.

L'activité peut être vue, dans la version la plus simple et globale comme une série de pensées et d'actions (Rawsthorn, 2013, p9) dont le but est de faire naître une idée et donner forme, structure et fonction à cette idée (Nelson & Stolterman, 2003). L'activité spécifique de faire du design est, premièrement, une activité de création d'artefacts. La définition de ce qui est mis en

---

[32] Rawsthorn, 2013

[33] Michael Erlhoff. & Timothy Marshall, *Design Dictionary: Perspectives on Design Terminology*, Birkhäuser, 2008 (avec le BIRD - Board of International Research in Design)

[34] John Heskett, *Toothpicks and Logos: Design in Everyday Life*, OUP, Oxford, 2003

[35] Kjetil Fallan, *Design History, Understanding Theory and Method,* Bloomsbury, 2010

[36] Love, 2002. En français le mot "design" comme adjectif - et l'adjectif "*designer*" en anglais (une chaise design = *a designer chair)* sont certainement aussi à proscrire, au moins pour des designers et étudiants en design.

oeuvre lors de l'activité artistique de Jean-Marie Schaeffer[37] est un point de départ utile pour définir également une partie de l'activité du design[38]. L'activité artéfactuelle (humaine) en termes de ressources mentales serait caractérisé par:

> …existence d'un modèle intérieur, capacité de traduire ce modèle en réalité tridimensionnelle extérieure, activité de planification, segmentation du script d'action en sous-routines – construction et décoration - , décisions préférentielles face à des solutions alternatives, capacité d'une évaluation synthétique de l'ensemble…[39]

Cette activité créative "*designing*" s'occupe des changements (Rawsthorn, 2013, p9), des améliorations ou des remèdes en agissant sur tous les aspects des interactions entre l'homme et les artefacts. La définition actuelle proposée par le WDO (World Design Organisation)[40] pour l'activité du design (industriel)[41] est:

> *…a strategic problem-solving process that drives innovation, builds business success, and leads to a better quality of life through innovative products, systems, services, and experiences.*

Cette définition témoigne d'une évolution de l'étendue du processus ou du projet en design[42]. La définition précédente de cette organisation internationale du design évoquait une "activité créative avec, comme but, la détermination des qualités formelles des objets issus de l'industrie". Avec l'étendue des "objets" pouvant être traités par le design, le processus s'est complexifié.

Dans son livre "The Language of Things" [43], Deyan Sudjic décrit une discipline qui s'opère entre l'évolution et l'expansion des technologies et des techniques avec une appréciation du

---

[37] Jean-Marie Schaeffer, Théorie des signaux coûteux, esthétique, et art. Tangence éditeur, coll. Confluences, Presses Universitaires du Quebec, 2010

[38] La proximité de l'art et du design, et leurs liens sont discutés en chapitres 1,1 et 1,2.

[39] Schaeffer, 2010, p24

[40] http://wdo.org/about/definition/ accessed: 19,10,18.

[41] Le mot design, ou plutôt le "design industriel" a eu un histoire un peu compliqué en France. L'organisation de référence pour le design (industriel) en France est établie en 1951 sous le nom de l'Institut d'Esthétique Industrielle, évoquant surtout une préoccupation de l'apparence. L'académie française inscrit le mot design en 1971. Mais la première école française dédiée au design, sous un double tutelle des ministères de l'Industrie, Recherche et Technologie et de la Culture, créée en 1983 a pour activité la "Création Industrielle" (Ecole Nationale Supérieur de Création Industrielle; ENSCI). Dans son Court Traité du Design, Stéphane Vial signale aussi que le loi Toubon en 1994 tente de remplacer design par "stylique" et que l'INSEE en 2010 s'interroge sur un remplacement du design par "concept".

[42] Dans l'histoire du projet en design établi par Alain Findeli et Boubaci (2005) les auteurs identifient trois principaux types de modèles théoriques et les placent sur une échelle historique. Le premier type, prévalent jusqu'au début du modernisme serait centré sur l'objet ou le produit du projet de design. Le second type, dominant à partir des années 1950 serait centré sur les processus et la structure logique à adopter au cours du projet. Le troisième type, qui emerge seulement depuis la dernière decade du XXe siècle serait centré sur les acteurs, les agents ou les parties prenantes du projet de design. Pour les auteurs, le troisième type de modèle théorique pour le design est aujourd'hui le plus présent dans la littérature scientifique en design où "il convient de porter l'attention à l'expérience usager individuelle et collective". Findeli et Boubaci affirme que les trois modèles théoriques identifiés peuvent aujourd'hui co-exister dans la pratique du projet en design.

[43] Deyan Sudjic 2008, *The Language of Things,* W.W.Norton & Company, GB, p50 - 51

contexte culturel. Une évolution importante dans le processus du design est la prise en compte et la recherche du contexte en amont des phases de créativité. Sudjic propose que le design constitue une façon particulièrement puissante pour regarder et comprendre le monde. Regarder et comprendre sont au coeur de l'activité actuelle du design. Autrement dit, le design est *both a making discipline and an integrated frame of reflection and inquiry. This means that design inquiry seeks explanations as well as immediate results*.[44] Une définition du design (Rawsthorn, 2013, Krippendorff, 1989[45]) est "*design is making sense of things*". Henrik Gedenryd[46] signale que si on s'attend que des designers résolvent des problèmes, le travail le plus significatif est certainement de produire ou de définir les problèmes (à résoudre).

La définition de l'activité du design qu'on retiendra dans le cadre de cette recherche est d'une méthodologie permettant d'innover dans les cadres de vie en termes économiques, sociaux et environnementaux. Elle se caractérise par la volonté de préciser des problèmes avant de chercher à y trouver des solutions. Elle s'appuie, en grande partie, sur la recherche sur les comportements des utilisateurs en prenant en compte les relations entre utilisateurs, objets et contextes[47].

Avantages d'une approche en lien avec le design

Plusieurs points qui caractérisent la nature des approches communément utilisées en design s'accordent avec le sujet de cette étude. Ils influencent certainement la façon dont le sujet des relations est abordé dans cette étude et de ce fait il est utile de les expliquer brièvement ici.

Un premier point est l'importance de l'expérience humaine dans l'activité du design. Dans un livre critique et très influent de l'activité du design, Adrian Forty[48] écrit que "*no design works unless it embodies ideas that are held in common by the people for whom the object is intended*". Cette phrase peut sembler une simple évidence mais la place de l'humain n'est devenue centrale qu'à partir des années 90. Cette position est maintenant acquise et se reflète dans l'ensemble de l'activité. Dans la version longue de la définition de l'activité du WDO, déjà mentionnée, se trouve la précision suivante:

---

[44] Frankel & Racine, 2010, citant Schneider, 2007

[45] Klaus Krippendorff, On the Essential Contexts of Artifacts or on the Proposition That "Design Is Making Sense (Of Things)", Design Issues, Vol. 5, No. 2 (Spring, 1989), pp. 9-39

[46] cité par Frankel & Racine, 2010

[47] Il n'est pas question ici d'une définition définitive pour l'activité du design, mais il semble important de noter l'importance de la recherche et l'amont dans cette activité, car il est possible de trouver même dans les textes très récentes (Damon Taylor (2017) citant Slack, 2006) des descriptions du *product design* tel que "*as a practice it can be said to refer to the creation of objects that originate as design proposals in the form of sketches, drawings and models, through a process of prototyping, production, distribution and marketing*"

[48] Adrian Forty, *Objects of Desire: Design and Society Since 1750*, Thames & Hudson, 1992

> *Industrial Designers place the human in the centre of the process. They acquire a deep understanding of user needs through empathy and apply a pragmatic, user-centric problem-solving process to design products, systems, services, and experiences.*

La recherche et l'implication des acteurs/utilisateurs dans toutes les phases des projets en design[49] sont aujourd'hui reconnues comme essentielles. Alain Findeli propose comme définition que "*the end or purpose of design is to improve or at least maintain the 'habitability' of the world in all its dimensions"*[50]. Il s'agit donc d'une activité dont la recherche doit se focaliser sur l'espace habité, la vie quotidienne et l'expérience humain in-situ[51].

Bruno Latour[52] propose, en cinq points, ce qu'il considère comme des avantages du concept du design:

- la modestie issue d'une action plutôt humble, agissant sur le quotidien
- une attention aux détails
- l'attention au sens (meaning) ou savoir faire sémiotique
- le fait que le design est toujours un redesign ou un remède
- le design a forcement une dimension éthique

Parce qu'il considère ses racines comme simple ajout à la praticité, à la matérialité ou à la fonctionnalité réelles des objets quotidiens, Latour suggère qu'il y a toujours une certaine modestie dans la revendication d'avoir (re)fait le design d'un objet. Comme concept, le design impliquerait une humilité qui paraît absente des mots "construction" ou "bâtir" et serait aussi caractérisée par une attention obsédée pour les détails. De la même manière, dans son essai "*Design Comme Prudence*", Pierre-Damien Huyghe analyse des verbes utilisés pour décrire les champs d'action du design[53]; mieux traiter, rendre plus vivable, améliorer, developper, ménager… pour en déduire qu'aucun de ces verbes "ne laisse présupposer le design comme conduite première. Tous admettent au contraire qu'il y a déjà quelque chose quand le design commence." Revendiquer de l'humilité ou de la modestie dans sa propre approche serait un peu antinomique, mais le point important ici est peut-être une question d'échelle, plutôt petite.

---

[49] voir par exemple: Bruce Hannington, Generative Research in Design Education, in IASDR 07, Hong Kong 2007, ou Koskinen I. Empathetic Design in Methodic Terms, in *Empathic Design: User Experience in Product Design*, IT Press 2003

[50] Alain Findeli, Searching for Design Research Questions: Some Conceptual Clarifications, in *Question, Hypotheses & Conjectures*, DRN, Berlin, 2010

[51] voir aussi note, p7

[52] Bruno Latour, A Cautious Prometheus? A Few Steps Toward a Philosophy of Design, Design History Society, 2008

[53] Pierre-Damien Huyghe, Design Comme Prudence, essai dans: A Quoi Tient le Design, De L'incidence éditeur, 2014. Les verbes choisis par Huyghe pour sa démonstration viennent des cinq axes et champs adoptés pour l'ENSCI - Ecole Nationale Supérieur de Création Industrielle - par Alain Cadix, directeur de l'école de 2007 à 2012.

Autrement dit, il s'agit d'une approche de proximité et la volonté d'agir et de situer le regard sur l'existant.

Un autre point important dans l'approche propre à l'activité du design est le fait d'aborder chaque sujet de façon divergente[54]. S'il existe de nombreux modèles de structures pour le projet en design (en trois phases par exemple: exploratoire, générative et évaluative (Hannington, 2007), ou en quatre: découvrir, définir, développer, livrer[55]) il s'agit, chaque fois, de phases divergentes puis convergentes. Un aspect important de l'approche du design est d'accepter des issues multiples. Pierre-Damien Huyghe (2014) suggère qu'un des propos majeurs de Moholy Nagy[56] serait de placer le design comme une force d'hésitation, de choix entre plusieurs possibles. Cette vue multiple, voire hésitante, peut s'avérer judicieuse pour aider à explorer et à décrire la complexité des relations homme-objet.

La question de la complexité revient justement dans beaucoup de descriptions autour de l'activité mais aussi de la recherche en design. Cette complexité vient, en partie, des questions de taxonomie dans une discipline en évolution et en cours de structuration, elle est aussi liée au fait que le design s'associe typiquement avec d'autres disciplines dans le cadre de la plupart des projets[57]. Le champ très large abordé par l'activité du design contribue aussi à l'association de design et complexité (Frankel & Racine, 2010). Le fait que le design est aussi en évolution (Rawsthorn, 2013) et en pleine expansion (Latour, 2008) rend l'activité plus complexe et difficile à cerner mais lui donne des avantages d'adaptabilité. Depuis les années 70[58] et de façon croissante, les methodologies propres au design se développent afin précisément de permettre d'aborder la complexité et de l'accepter[59].

---

[54] "*Design thinking starts with divergence, the deliberate attempt to expand the range of options rather than to narrow them*", p229, *Change By Design*, Tim Brown, 2009

[55] voir par exemple: *Designing with people*,www.designingwithpeople.rca.ac.uk/methods Le modèle du Design Council Britannique s'appèle *Double Diamond*, pour illustrer les deux séquences de divergence puis de convergence dans leur modèle du projet en design.

[56] Moholy Nagy était professeur à l'école Bauhaus de 1923 à 1928, et a aussi établi une école de design à Chicago à partir de 1939. Il a écrit de nombreux essais sur le design.

[57] Dans le revue *Design Research Now*, publié par le BIRD en 2007, Beat Schneider écrit; "*The complexity of design is also grounded in its interdisciplinary and trans-disciplinary state. A wide range of scientific disciplines from the fields of the human, social and engineering sciences on the one hand, and industry, administration and culture on the other are called upon to work with designers to solve their design tasks in their full complexity*"

[58] voir Frankel & Racine; à partir des années 70 le concept de "*wicked problems*" est apparu, (Rittel, 1973), pour décrire les problèmes complexes traité par le design difficiles à définir et avec des variables en évolution.

[59] Un article par dans le Harvard Business Review; https://hbr.org/2015/09/design-thinking-comes-of-age; signale par exemple que "*design thinking*" est progressivement appliqué sur les thèmes complexes et intangibles, est utilisé pour l'exploration de la complexité des environnements et des problèmes 'non-linéaires', est représente un outil essentiel pour simplifier et humaniser la complexité.

Un champ d'action du quotidien

Tout en acceptant que l'activité de design se place dans un contexte très large et complexe, nous devons considérer que son champ d'action se restreint au traitement du monde artificiel et le contexte avant tout quotidien. Ben Highmore[60] explique que la culture du design n'est pas une culture d'élite mais une culture du quotidien, concernée par l'ordinaire et l'ubiquité. Et Nigel Cross rappèle que la connaissance du design (*design knowledge*) est "de et sur" ce monde artificiel: le monde des objets, dans la réflexion, l'utilisation, la modification, la fabrication des artefacts (Cross, 2001). Les designers connaissent particulièrement ce "monde artificiel" - le monde des artefacts créés par l'homme. Ils savent particulièrement proposer des ajouts et des changements pour ce monde artificiel. Une citation de Deyan Sudjic (2008) illustre ce point mais permet aussi une petite mise en garde. Il écrit, avec un certain sens d'humour, que;

> *"Design is about the creation of anonymous mass-produced objects, by people who spend a lot of time worrying about injection moulding, or about the precise degree of curve needed to blunt the sharp edges of a monitor screen. It is also about making objects that feel good to touch and to use."*

Un défaut du design, surtout jusqu'au début des années 2000, est probablement cette focalisation trop forte sur l'objet, c'est ce qu'Alain Findeli[61] appelle le premier temps du projet en design correspondant à la conception de l'objet. Il invite la profession à chercher à aborder mieux le deuxième temps (ou moment) de la vie avec les artefacts physiques et virtuels issus du design. Ce deuxième moment est la réception de l'objet et puis la vie avec l'artefact après le moment d'achat. Notre étude se situe ainsi dans le deuxième temps de la vie de l'artefact issu du design. Ce deuxième temps prend progressivement une place à part égale au sein de la discipline.

Les définitions du design et de ses champs d'action sont importants pour ne pas se tromper sur le contexte de l'étude qui suit. Le design et cette étude se situent essentiellement dans le quotidien, dans les artefacts du monde vécu, dans les détails et dans l'échelle de la proximité, dans l'ordinaire plutôt que dans l'exceptionnel. Comme nous l'avons expliqué plus haut, cette étude se place comme étant le regard d'un designer sur les composants des relations plus longues avec les objets quotidiens.

---

[60] Ben Highmore B. 2009, *The Design Culture Reader*,

[61] Findeli 2010, et cité dans Vial, 2015 "*the 'conception' part is only one of the two main moments or constituents of a design project, the 'reception' part being the other one. Indeed the design act is incomplete if we do not address what happens to the project's output when it starts it's life in the social world."*

Il convient de ce fait de préciser les notions de relations plus longues et d'objets quotidiens et d'expliquer le choix de ces termes.

Entre le produit, l'objet et la chose

Le design traite plutôt le 'produit' que 'l'objet', l'activité s'appelle communément "*product design*" plutôt que "*object design*[62]", or nous allons garder le mot 'objet' dans cette étude. De ce fait il est utile de clarifier son sens dans le cadre de ce travail et aussi de clarifier la nature des objets concernés par l'étude.

La liste de mots candidats possibles: items, entités, artefacts, produits, biens, objets, choses, trucs…et leur traduction en anglais: *items, entities, artefacts, products, goods, objects, things, stuff*... permet de relever déjà quelques problèmes de traduction et d'équivalence. Pour n'en citer que deux, le mot 'item' dans sa version anglaise se prêterait très bien pour notre sujet "*an individual article or unit, especially one that is part of a list, collection, or set*".[63] Mais la version française s'appliquerait plutôt à des éléments abstraits, surtout dans le contexte de l'écrit.[64] Un autre exemple, le mot '*stuff*', s'accorderait bien à notre sujet, mais sa traduction française n'est pas évidente. Si 'truc' semble le plus proche, il y aura aussi des termes comme chose, affaires, matière, substance, étoffe… Ce point de traduction n'est pas négligeable dans ce contexte, car l'étude et la littérature utilisées sont à la fois anglaises et françaises.

Cette littérature permet de réduire le choix de mots possibles en lien avec le sujet des relations aux objets. Il y est question de choses (Bonnot, 2014, Sudjic, 2008, Czikszentmilhalyi & Rochberg-Halton, 1981, Zucotti, 2015, Miller, 2008, Verbeek, 2005), d'objets (Baudrillard, 1968, Chapman, 2005), de '*stuff*' (Miller, 2010) et de produits (Mugge, 2008, Jordan, 2000, Schifferstein & Hekkert, 2008). Tous ces mots ont l'avantage de faire partie du langage courant utilisé pour décrire ce que l'on utilise et ce qui nous entoure dans la vie de tous les jours. Sans surprise, le mot 'produit' se trouve surtout dans la littérature en lien avec le design et ne semble pas apte à décrire l'ensemble des choses côtoyées au quotidien. Par exemple, il n'est pas sûr que l'on désigne comme 'produit' la plupart de nos vêtements, des meubles, des accessoires, même si

---

[62] cette appellation a été utilisé par le passé dans quelques écoles de design comme l'Ecole Camondo, Paris et "Object Design" est le terme utilisé par Tim Parsons, professeur au SAIC (Chicago) dans un video récente (https://www.youtube.com/watch?v=oL82p9QgFKs) pour tenter de parler de l'ambiguité de l'activité de design sans prendre partie par le choix de terminologie. Le terme 'objet' a l'avantage de laisser ouvert le sujet.

[63] https://en.oxforddictionaries.com/definition/item

[64] "tout element d'un ensemble (lexical, grammatical, etc.) considéré en tant que terme particulier. Element ou question d'un test." https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/item/44574

ces objets sont tous issus d'un même processus de production plus ou moins industrielle[65]. Il est intéressant de noter que selon François Dagognet (Blandin, 2002), si les philosophes ont longtemps banni les objets de leur considération, c'est à cause du travail qu'ils incorporent. Ceci suggère que l'objet (physique) serait forcément lié à la notion de production.

Les trois termes, objet, chose et '*stuff*', ne se situent pas, a priori, au même niveau. Daniel Miller utilise le terme '*Stuff*' comme titre de son livre de 2010 pour permettre d'évoquer l'ensemble de choses couvertes par le '*Material Culture*' et pour décrire ce que l'on ne remarque pas, ce qui n'est pas forcement étudié, ce qui semble ne pas avoir d'importance. Il précise que "s*tuff is not necessarily a thing we can hold or touch*", *stuff* est omniprésent et possède une matérialité ambiguë. Les définitions de *stuff* de Ned Markosian[66] permettent d'établir d'autres aspects; "*Stuff is what things are made of…and stuff is also known as "matter" and "material"*". Comme mes "affaires", *stuff* est sans frontière fixe, en devenant ce qui constitue autre chose, *the stuff in my bag, the stuff in our house*; ce qui se trouve dans mon sac, dans ma maison. De cette manière, *stuff* suggère aussi une notion de pluriel, qui peut compliquer un questionnement sur des entités individuelles et nos relations avec elles.

Les 'choses' semblent plus définies que le '*stuff*' et plus aptes à décrire des entités individuelles, mais toujours moins que les objets. Blandin (2002) reprend en partie la proposition de Dagognet (1989) de considérer que la pierre appartiendrait à la catégorie de la choséité "tandis-que, si elle est sciée, polie ou simplement "marqué" et gravée, elle devient un "presse-papier", éventuellement, mais relève alors du monde des produits ou des objets". Sans que cela soit exactement ce qui est dit dans ce passage de Dagognet[67], Blandin (2001, p.18) propose que la distinction imposée par le sujet fasse émerger l'objet de l'ensemble des choses de l'environment. Entre *stuff*, choses et objets il y a une forme d'échelle de singularité et de focalisation qui contribue au fait que l'objet reste le mot le plus communément employé pour décrire ou parler ou questionner une entité et éventuellement la relation que l'on a avec elle.

L'objet dans le sens abstrait comme l'objet dans le sens physique renvoient au sujet face à lui. Le cas qui nous intéresse, l'objet physique, est une entité, constituée comme un tout, extérieure au sujet et distinguée par lui comme tel (Blandin, p18). La notion d'entité distinguée peut donner

---

[65] Bernard Blandin, Des hommes et des objets : esquisses pour une sociologie avec objets, Thèse, CNAM, Paris, 2001, commente que Bruno Latour qualifie l'objet de "produit [ainsi que] producteur d'un réseau de relations sociales passées, présentes et futures".

[66] Ned Markosian 2015, The Right Stuff, in *Australian Journal of Philosophy*, 93, pp. 665 - 687

[67] La citation de Dagognet dans cet extrait propose que l'objet est non seulement distingué, mais physiquement altéré par le sujet pour devenir objet et non seulement chose. En le faisant il rapproche le produit de l'objet, ce qui semble déjà le cas en proposant que l'objet incorpore du travail, noté ci-dessus. On peut, bien-sûr, considerer que la notion de "travail" par le sujet n'est pas forcement un travail physique, mais seulement de distinction mental par exemple, comme semble le faire Blandin.

l'impression d'un biais vers les entités sur lesquelles il y a une forme de focalisation ou d'importance.

Deux sources très différentes permettent d'illustrer la tendance d'utiliser le mot 'objet' comme une entité très singularisée. Gerald Cupchik, dans un article sur l'attachement durable aux objets[68] utilise l'expression *products-as-objects* pour décrire les entités avec lesquelles les personnes ont un attachement émotionnel et parle des différences entre un *design product* et un *personally meaningful object*. Dans un livre sur 'La Vie étrange des objets'[69], le commissaire-priseur et écrivain Maurice Rheims déclare que "pour qu'un objet mérite ce nom, il doit être façonné, transformé ou simplement présenté par la main de l'homme. N'importe…son origine… Il suffit qu'il ait assez de beauté, caractère, d'équilibre, de charme…" Dans ces deux cas le mot objet est utilisé pour designer un artefact d'une certaine importance pour la personne sujet. La définition Larousse notée par Rheims semble néanmoins plus neutre "tout ce qui s'offre à sa vue et touche à ses sens".

Il est clair dans notre cas qu'il s'agit d'objets (physiques/matériels) de toutes sortes, côtoyés par les sens du sujet, dans le quotidien. Il peut alors être utile de définir les objets physiques de façon très simple, comme le fait Ned Markosian[70], comme "*the ones that exist in time and space, ie., the ones that have spatial locations, are the ones that count as physical objects*".

L'avantage du mot 'objet' est de permettre, surtout en français, d'y ajouter de nombreux qualificatifs dont plusieurs sont pertinents pour préciser le type d'objet qui nous concerne. Les objets physiques qui nous concernent sont aussi les objets quotidiens qui (Semprini, 1995 cité par Blandin, 2002) sont ceux;

> "qui habitent notre vie ordinaire et qui meublent, pour ainsi dire, notre monde vécu de tous les jours. Les objets quotidiens sont ces objets que souvent nous ne voyons pas, tant ils sont entrés dans nos pratiques de vie ordinaire, tant ils glissent dans nos gestes les plus anodins, tant ils semblent solidaires et presque en communion avec l'univers qui nous entoure"

Cette citation situe très bien les objets de notre étude mais démontre, de nouveau, que les objets ne sont pas forcement les entités distinguées par des sujets[71].

---

[68] Cupchik Gerald. The Half-Life of a sustainable Emotion: Searching for meaning in product usage, in *Handbook of Sustainable Product design*, Routledge, 2017

[69] Maurice Rheims *La Vie étrange des Objets*, Union Générale d'Editions, Paris, 1959

[70] Ned Markosian N. 2000, What Are Physical Objects?, in *Philosophy and Phenomenological Research*, 61, pp375 - 395

[71] Il est peut-être utile de garder à l'esprit que le singulier et le pluriel ont probablement de l'importance. L'objet est peut-être ce qui est distingué, focalisé, mais les objets sont simplement ceux qui sont extérieur au sujet.

Une échelle de valorisation des objets proposée par Nathalie Heinich[72] permet de préciser encore les objets qui nous concernent. Les choses physiques qui peuvent être valorisées par nous peuvent être des objets de patrimoine, des objets-personnes, des objets usuels et des biens marchands et les objets dépourvus de toute valeur deviendront des déchets. Heinrich place les catégories d'objets ci-dessus dans cet ordre par rapport à leur liquidité, leur capacité à être accessibles à la circulation. Les objets les plus liquides étant les plus substituables et les plus aliénables (autrement dit les plus remplaçables et ceux dont on peut le plus facilement se séparer). Dans notre cas, la valeur de liquidité en tant que prix n'est, a priori, pas centrale. C'est bien la capacité des objets à resister un temps au remplacement et à la remise en circulation. De ce fait les objets qui ne sont en aucun cas remplaçables comme les objets de patrimoine, ne nous concernent pas. La catégorie de l'objet-personne, par exemple un bijou de famille, a priori n'est pas non plus au centre de notre sujet car restant la plupart du temps inaliénable. Heinrich signale toutefois que les objets ont des trajectoires qui peuvent les faire passer, par exemple, d'objet de collection ou d'objet usuel à objet de patrimoine[73].

Il reste, du coup et surtout, la catégorie d'objets usuels. Ceux sont les objets que l'on décide de ne pas mettre en circulation pour (re)devenir des biens marchands, ni de jeter pour en devenir déchet. Ces objets peuvent autant être des objets utilitaires que des objets comme des doudous (que Heinich appèle les objets fétiches[74]). Il peut, bien sûr, être question d'objets qui étaient auparavant des biens marchands et même éventuellement des *FMCG*s (*fast moving consumer goods* ou produits de grande consommation), à condition d'être passé au-delà de leur statut de biens achetés pour être intégrés dans la vie d'un individu.

Relations plutôt qu'expériences

Les précisions sur l'objet qualifié en tant qu'objet physique, usuel et quotidien servent de socle pour tenter de comprendre les relations avec ces objets qui sont le vrai sujet de notre étude. En reprenant les définitions des objets quotidiens collectées par Bernard Blandin, la version proposée par Serge Tisseron[75] évoque les objets qui "nous entourent, nous aident…nous protègent…nous apaisent et nous sécurisent…participent à notre intimité [et] s'intègrent si bien

[72] Heinich, 2017, Voir chapitre 7, Valeur-grandeur : ce que valent les choses pour le détail sur ces échelles et catégorisations.

[73] *ibid.* Heinich utilise l'exemple des Netsukes décrits dans le livre d'Edmund de Waal, *The Hare with Amber Eyes*, 2010. Nous pouvons ajouter un autre exemple ici, celui des '*Significant Objects*' du projet du même nom lancé par Rob Walker et Joshua Glenn ou les objets sans aucune valeur marchande en ont gagné par l'*épreuve* (pour reprendre le terme de Heinrich pour un événement qui change le statut d'un objet) des histoires écrits sur eux.

[74] *ibid.* p142, Heinich fait aussi rentrer les objets 'fétiches' dans la catégorie d'objets personnes, le doudou serait la 'forme infantile du fétiche'.

[75] Blandin, 2002, citant Tisseron, 1999, p10,

dans la trame de notre vie quotidienne". Cet ensemble de verbes introduit la diversité des rapports possibles avec les objets usuels et donne à voir pourquoi il peut être question de relations plus longues avec ces objets. Il semble plus juste d'utiliser le terme 'relation' (ou *relationship* en anglais) dans ce contexte pour évoquer quelque chose qui existe dans la durée. Dans un livre qui explore les relations qu'entretiennent des habitants d'une rue à Londres aux objets usuels, Daniel Miller utilise le terme '*relationships*' avec les objets, et propose d'explorer "*the world of small things and intimate relationships that fill out our lives"*. La définition du mot *relationship* est la manière dont deux ou plusieurs personnes ou choses sont connectés, l'état d'être connecté, une association émotionnelle, la façon dont les personnes se considèrent et se comportent les uns envers les autres[76].

La notion de relations (ou *relationships*) est appuyée par des recherches actuelles pour un design 'émotionnellement durable' même si la focalisation sur l'aspect émotionnel ne correspond pas tout à fait avec notre étude. Ces théories, initiées par Jonathan Chapman, proposent une approche qui "*examines and articulates the unspoken emotional experiences that occur between products and consumers to reduce consumption and waste of natural resources by fostering more durable, resilient relationships with the designed object*"[77].

Dans un recueil important d'articles sur l'expérience avec les produits[78], Schifferstein & Hekkert (2008) propose le mot 'expérience' pour couvrir à la fois les interactions communes, au jour le jour, mais également les événements mémorables et marquants avec les produits. Il semble que le concept d'expérience concerne plutôt des interactions même si elles sont répétées dans le temps. Il manque aussi dans la notion d'expérience les aspects d'association, de connection et de comportements qui se situent entre les parties plutôt que simplement du côté de la personne '*experiencing*'.

Relations pérennes, durables ou plus longues

Les théories de *Emotional Durability*, selon Haines-Gadd et al[79], concernent les boucles les plus efficaces de l'économie circulaire[80] en encourageant l'extension de la vie physique et psychologique des produits et en permettant d'extraire le plus de valeur pendant l'usage.

---

[76] https://en.oxforddictionaries.com

[77] Haines-Gadd et al, Design framework for emotionally durable products and services, PLATE, 2017

[78] Schifferstein & Hekkert, eds., *Product Experience*, 2008, Elsevier, dans leur introduction ces auteurs proposent que l'expérience de tous les jours correspond au *Erfahrung* en allemand, or l'expérience marquante est plutôt le *Erlebnis*.

[79] ibid, p154

[80] l'économie circulaire est le terme utilisé pour décrire un système de gestion de produits et leur matériaux tout au long de leur vie en forme de boucle afin d'éviter tout gâchis.

La notion de prolongement mais également la notion d'utilisation sont importantes ici. Le fait d'utiliser un produit pendant plus longtemps permet d'en tirer plus de valeur[81] et, de ce fait, réduire la consommation de matériaux et de ressources impliqués dans la production de ces produits en réduisant le renouvellement. Dans le contexte actuel de l'importance des demandes sur les ressources, il est également important de considérer la fin de vie des objets. L'objet gardé mais qui n'est plus utilisé, en hibernation en quelque sorte[82], pose un problème de flux des matériaux et ressources car les matériaux ne peuvent pas être utilisés ou recyclés, ils sont en quelque sorte en latence, non exploitables.[83]

Notre étude est en lien avec les théories de Emotionally Durable Design, qui sont avant tout des propositions de stratégies applicables au design. Notre positionnement se différencie, en ayant comme but d'explorer des relations plus longues en amont et en rouvrant le sujet au-delà de ce qui peut se qualifier d'émotionnel.[84]

Il est probable que ces relations existantes ont des composants qui les rendent pertinents comme exemples pour de relations futures plus longues avec des objets. A ce stade, il ne semble néanmoins pas judicieux de nommer ces relations ou leurs composants comme 'durables' ou 'résilients'.

Cette étude des composants des relations plus longues avec les objets quotidiens est organisée en trois sections: premièrement, ce que comportent les objets pouvant générer des relations avec eux, deuxièmement, les cadres théoriques décrivant les relations aux objets et, en final, l'exploration des relations plus longues avec les objets. Elles représentent trois façons différentes d'aborder la compréhension des relations aux objets. Il y a aussi dans cette structure en trois temps une progressivité qui devrait permettre d'illustrer, de définir, de structurer et de détailler les relations puis leurs composants.

La première section utilise l'histoire du design comme façon de regarder ce que comportent les objets quotidiens issus de la production de masse en termes de qualités propices à générer les relations plus longues. Cette histoire permet d'aborder l'évolution des relations avec ces objets

---

[81] Yamamoto H. & Murakami S, 2017, Impact on resource intensity from consumer disposition. Relationship with product lifetime and disposal. in Plate conference proceedings

[82] *ibid*

[83] Dans l'introduction au Handbook of Sustainable Product Design, Jonathan Chapman utilise l'exemple de l'or contenu dans les téléphones portables. Il y aura plus d'or dans une tonne de téléphones portables que dans une tonne de roche d'une mine d'or.

[84] Ed van Hinte de "Eternally Yours" commente (en 1997) que "*the problem today is that many products don't even make it to the first cherishable stage. They are designed just to be new for a short while*". Le but de ce movement, d'explorer des produits immortels n'est pas le notre. La notion d'objets à chérir n'est pas forcement pertinent. Entre l'objet chéri et l'objet nouveau pour un temps court il y a probablement de la place pour des relations quotidiennes plus pérennes.

quotidiens. Ce que le design a tenté d'apporter comme supplément aux objets permet de dresser une liste importante de composants pouvant être présents dans les relations avec ces objets.

La deuxième section présente les cadres théoriques utilisées pour structurer et comprendre les relations aux objets physiques. Il est question d'identifier les cadres et les éléments des cadres les mieux adaptés pour aborder les relations plus longues avec les objets. Cette section a également comme but l'identification des aspects des relations moins représentés dans les cadres théoriques et surtout ceux en lien avec les relations plus longues aux objets usuels.

La troisième section décrit des dispositifs d'expérimentation, en lien avec les méthodes de recherche en design et les résultats de ces expérimentations sur des relations longues entretenues avec des objets du quotidien par des cohortes très diverses. Cette phase d'expérimentation permet l'identification d'un certain nombre de composants que semblent comporter des relations plus longues aux objets usuels. Ces études permettent également de détailler et illustrer les sous-thèmes de ces composants et de donner à voir la complexité et la diversité des relations plus pérennes avec les objets usuels. Nous conclurons cette troisième section avec l'illustration des composants principaux trouvés et une discussion des thèmes transversaux.

1. UNE HISTOIRE DES EVOLUTIONS DES RELATIONS AUX OBJETS

Cette section part de l'idée que l'histoire du design peut fournir une vue pragmatique sur les relations aux objets quotidiens et montrer leur complexité. L'histoire du design est une manière d'avoir une vue sur l'évolution du statut des objets côtoyés au quotidien, mais il s'agit forcément d'une vue qui ne peut qu'être partielle.

Le design émerge en tant qu'activité clairement identifiée avec l'arrivée d'une production industrialisée des objets et de ce fait partage l'histoire de ces objets et nos relations avec eux. Le design industriel ou le *product design* s'est développé pour faciliter la création des objets manufacturés (Taylor, 2017). L'histoire du design moderne démarre avec le début de la révolution industrielle[85], dans le deuxième moitié du 18e siècle avec l'industrialisation des modes de fabrication qui ont divisé le travail en différentes disciplines afin de fabriquer des objets dans de très grandes quantités.[86] Même si le nombre d'objets dans la vie des humains s'accroît de façon exponentielle depuis des milliers d'années[87], la révolution industrielle marque le début d'une accélération encore plus marquée. Une partie importante de la population passait d'un nombre relativement modeste de possessions vers une consommation de biens liée au confort et à l'expression d'un statut social. Au même moment, l'évolution dans l'organisation de la manufacture des objets avec la division du travail permettait de répondre à cette demande (Rawsthorn, 2013). L'histoire du design commence au moment où la consommation des objets change de nature et il est probable que les relations aux objets changent aussi à partir de ce moment.

Verbeek & Kockelkoren, (1998) confirment l'idée d'une discipline émergente avec la production en masse[88] et la séparation du design et de la production (directe, physique) des objets. Ils font une histoire[89] plutôt convaincante d'une discipline qui serait depuis toujours trop

---

[85] Alexandre Midal A. 2009, Design. Introduction à l'histoire d'une discipline, (p 18 - 19) Agora, Pocket (Il faut noter que Midal écrit que "la date de naissance du design communément admise tourne autour de l'Exposition universelle de 1851…" mais il s'agit bien de situer le début du design avec la révolution industrielle, dont l'exposition est une des premières grandes manifestations. Nous resterons plutôt avec la position de Alice Rawsthorn, qui situe le début du design contemporain en tant qu'activité avec la fin du 18e et des manufactures comme Wedgwood, mais aussi des Gobelins, Sevres etc.

[86] Rawsthorn (2013) considère que le type de process mis en place par Wedgwood pour s'assurer l'efficacité et une qualité constante des produits '*became a template for what we now recognize as the industrial design process…Industrialisation defined design for the modern age by categorizing it into different disciplines*…

[87] Ian Hodder, The Entanglements of Humans and Things: A Long-Term View, 2014, p30

[88] Peter-Paul Verbeek P-P, Petran Kockelkoren P, 1998, The Things That Matter, in *Design Issues*,, Vol 14. Number 3, Autumn

[89] Il est à noter que leur article traite surtout l'histoire du design à partir de 1900

platonicienne, trop caractérisée par les idées au dépend d'une attention à la matière. Leur histoire établit l'importance du fonctionnel dans le mouvement moderne, mais aussi le fait que la fonction et la machine sont peut-être aussi autant de signes appliqués aux objets[90]. Par la suite l'arrivée de la culture pop plaçait plus d'importance au style des objets, ce qui a permis au design postmoderne de se séparer de la fonctionnalité pour se focaliser sur le '*meaning*'.[91] Leur conclusion est que ce que l'objet représente, aussi bien dans la période moderne que postmoderne, est plus important que la présence matérielle de l'objet. Cette proposition de Verbeek et Kockelkoren invite à vérifier l'importance donnée au signe et au style plutôt qu'au matériel dans les relations aux objets et ce jusque dans les pratiques actuelles. Elle invite aussi à explorer l'histoire du design pour vérifier ce que les designers ont tenté d'ajouter aux objets, au delà de ces aspects peut-être trop présents. Leur "courte histoire des idées" des *things that matter* permet d'imaginer qu'une histoire du design peut constituer une histoire des évolutions de ce que peuvent représenter les objets pour leurs destinataires.[92]

Sudjic (2008, p34) semble confirmer en partie la position de Verbeek et Kockelkoren quand il écrit qu'avec l'évolution vers les produits de plus en plus technologiques il reste souvent aujourd'hui au designer seulement à traiter ces fonctions: '*the surface, the appearance and the semantic shades of meaning that allow us to interpret and to understand what an object is trying to tell us about itself*'.

Un regard sur les 10 critères établis pour juger les designs présentés pour le *IF Good Design prize* en 1996[93] montre effectivement l'importance donnée aux aspects de langage. Mais cette liste, établie pour un des prix de design les plus prestigieux, contient beaucoup d'autres critères qui sont autant d'attentes de l'utilisateur pour sa relation avec l'objet. Il semble utile de noter ces critères de façon complète, voir tableau 1,2. L'auteur signale par rapport à cette liste 'qu'il faut affirmer que ces critères subissent des changements gradués mais constants. Les produits industriels apparaissant dans un champ d'interaction entre le progrès technologique, les changements sociaux, des circonstances économiques et des développements dans les arts,

---

[90] Dans son livre de 2005 Verbeek précise que les notions de fonctionnalité et de sens peuvent tout les deux être considérées comme des formes de valeur d'utilité d'un produit; l'utilité matériel et l'utilité socio-culturelle ou identitaire. Citant Jochen Gros, p 205, il montre que la fonction de '*product language*' (l'utilité socio-culturelle) peut elle-même être divisée en fonctions de dénotation et connotation (ou d'*affordance* et de symbole).

[91] La conclusion de leur histoire est que "*Modern as well as postmodern design considered products to be imprints in matter of something nonmaterial that was considered to be primordial*" p32

[92] L'équipe de recherche en design de l'université de Nîmes (Projekt) propose le terme destinataire plutôt qu'utilisateur, ou client ou cible.

[93] IF prix design, 1996, Jahrbuch, critères établis par Prof Herbert Lindinger, Université de Hannover

l'architecture et le design'. Les critères du bon design seront ainsi à considerer comme étant forcément en évolution.

1	***Practicability***	*Fitness for intended purpose and faultless functioning.*
2	***Safety and security***	*Compliance with relevant safety regulations and performance standards as well as being proof against misuse and carelessness (foolproof); avoidance of potential sources of injury during operation.*
3	***Useful life and effectiveness***	*Conformity of aesthetic and physical durability*
4	***Compliance with ergonomic requirements***	*The article accords with physical requirements of the user, including ease of operation, good readability, convenient working height; controls within easy reach; avoidance of features that can cause tiring (avoidance of irritation; dazzle, wrong visual information*
5	***Originality of technique, design***	*Avoidance of imitation (plagiarism)*
6	***Harmony with surroundings***	*The article should be meaningful in function and form not only in itself but also in relation to other objects in its neighbourhood. The effort expended on form, colour, material qualities to be in keeping with the use and importance of the product.*
7	***Environmental aspects***	*The product to be sparing of energy and resources in manufacture and use, minimal waste and conducive to recycling*
8	***Visualisation of use or function***	*The form or shape of the product should give an indication of its use or function of the object and that of its parts, to allow easy handling or to visualize its purpose*
9	***High quality of design***	*Convincing structural arrangement; recognition of the intended design principle, e.g. shell or frame construction etc. Obvious relationship of the whole to its parts in respect of form, volume, dimensions, colour, material qualities, product graphics Adherence to chosen design or styling principle (design consistency). Exactitude and clarity of design elements; eg. form transitions, contrasts in shape, colour and lettering proportions. Aesthetically meaningful, arrangement in harmony with manufacture, user, assembly and maintenance of the parts. No visual disturbance. Logical design with respect to the materials used; the manufacturing process and the purpose or application.*
10	***Stimulation of sense and intellect***	*An overall effect which animates and pleases the user, stimulates senses, awakes his curiosity where this is meaningful, encourages play or one's own creativity, appeals to the inclination to wit, irony or incongruity. A form that can lead to an identification.*

Tableau 1,2. *Critères pour l'attribution des prix en design industriel, iF, 1996*

Dans ces critères il est aisé de noter beaucoup de points en lien avec le langage, avec le style et avec l'attribution de différentes formes de sens, "d'affordance[94]" et de symboles. Ces critères montrent aussi que l'objet bien conçu est d'une grande complexité et que les attentes le concernant sont très nombreux.

[94] La definition de ce mot anglais (popularisé par le psychologue James J. Gibson) est: *a use or purpose that a thing can have, that people notice as part of the way they see or experience it* (source: https://dictionary.cambridge.org - accédé juin 2019), voir aussi p.159 et p.175

Il est intéressant de noter que tous ces détails disparaissent dans les critères pour le concours de 2016 dont la liste de points à juger devient très succincte (et sans explication supplémentaire): *aesthetics, practicability, execution, innovation, usability & ergonomics, brand fit, safety, environmental impact, target group fit*.[95] Cette version 2016 ne contient plus de détails ni d'évocations directes autour des sens et des emotions. Ces changements peuvent démontrer une envie de synthèse et une volonté d'éviter une certaine confusion présente dans la précédente version. Ils peuvent aussi être un témoignage d'un certain évitement en termes de définition du design en réponse à la complexité du design actuel. L'histoire du design permet d'illustrer la complexité des attentes face aux objets et de contextualiser certains paradoxes dans les relations actuelles.

En reconnaissance des problèmes de langue et de sens déjà évoqués dans l'introduction, l'histoire qui suit concerne avant tout l'activité du design ou le "faire du design" (*designing*). L'histoire du design peut être abordée en termes de production, en termes de consommation ou en termes de médiation[96]. Notre approche se situe dans cette dernière voie de médiation. Nous cherchons autant que possible à faire une histoire de ce que le designer a tenté d'apporter à la relation entre l'utilisateur et l'objet.

Dans un livre récent sur l'histoire du design par un des chercheurs très actifs dans ce domaine, Kjetjil Fallan écrit que "*Design history today…is becoming more a history of the translations, transcriptions, transactions, transpositions and transformations that constitute the relationships among things, people and ideas*"(Fallan, 2010). L'histoire du design se situe aujourd'hui moins sur les choses elles-mêmes que sur la relation sujet-objet dans des contextes spéciaux et temporels particuliers.[97] Sans prétendre se situer dans la domaine de la recherche sur l'histoire du design, qui est aujourd'hui une discipline à part entière[98] il s'agit bien d'orienter l'histoire qui suit vers les questions d'expérience et de relation[99]. Il est difficile d'échapper à une histoire du

---

[95] IF, critères pour le concours 2016: https://ifworlddesignguide.com, accessed August 2016

[96] Grace Lees Maffei identifie ces trois approches dans l'histoire du design, focalisé sur la production, puis sur la consommation et, depuis peu, sur la médiation. Cette voie de médiation; "*brings together issues of production and consumption, illuminating not only the importance of mediating channels, such as magazines and television…but also illuminating the role of designed goods as mediating devices: mediating identity, mediating between individuals: the world is mediated through objects which are designed.*"

[97] *ibid*, Bill Brown cité par Fallan

[98] Voir par exemple le *Journal of Design History*, OUP, qui existe depuis 1988, et le *Design History Society* qui était fondée en 1977.

[99] Il est important de ne pas tomber dans le piège d'une histoire de designers, avec comme mythe le designer omnipotent dont le succès d'un objet serait entièrement le résultat de sa créativité, voir par exemple le critique de Adrien Forty, 1989, *Objects of Desire*

design constituée de personnages et de leurs productions[100]. Ici nous tenterons de focaliser notre attention sur les apports des designers à différentes époques ainsi que sur leur propre définition de ces apports.

Le design en tant qu'activité est depuis toujours ce qui tente d'améliorer le produit et ainsi les relations qu'il va générer. L'histoire du design peut aider à comprendre ce que les designers eux-mêmes souhaitaient apporter aux objets et ces apports constituent probablement (au moins en partie) ce qui peut exister dans la relation avec un objet.

L'histoire du design depuis 200 ans reflète une accumulation de thèmes plutôt qu'une simple évolution. Cette section est organisée de façon chronologique afin de donner une structure au grand nombre de thèmes identifiables. Les différentes thèmes abordés sont re-croisés autant que possible par les apparitions de ces mêmes thèmes à d'autres moments de cette histoire.

Dans cette section nous cherchons à illustrer ce qui peut exister dans les relations avec des objets quotidiens à partir de l'activité qui agit sur la création de ces objets. Ce regard historique et en partie chronologique aide à comprendre la complexité des relations aux objets aujourd'hui. Cette histoire permet aussi de mieux comprendre le rapport aux objets physiques dans l'activité du design aujourd'hui.

[100] L'histoire du design jusqu'aux années 1970 tend à se concentrer sur les personages phares et leurs produits phares. Le designer devient dans ces cas un "*monolithic, heroic figure*" Et il est possible que cette approche, très présente du célèbre livre de Pevsner "Pioneers of Modern Design" et jusqu'au années 1970, a contribué à créer une histoire et une vision du métier trop focalisé sur des designers à succès.

1.1 Le design comme de l'art

Il est possible de dater l'apparition du design en tant que nom donné à un métier ou à une activité liée à la production des objets avec les *Government Schools of Design* établies en Grande Bretagne en 1837. Nous pouvons aussi la faire commencer avec la création en 1849 du Journal of Design and Manufacture par Henry Cole (1808 - 1882) et Richard Redgrave (1804 - 1888)[101,102]

Le début d'une activité de design en tant que production de dessins et modèles liés à la fabrication en plus grande quantité d'objets destinés pour l'intérieur des habitats serait plutôt à dater autour de l'établissement des manufactures sous Louis XIV. La taille des manufactures royales comme celle des Gobelins (1662) ou de Sèvres (1740) a rendu nécessaire la mise en place des principes de division du travail et de spécialisation pour garantir une qualité constante pour une production destinée à communiquer la prestige et l'autorité du roi.[103] Les systèmes des Gobelins et de Sèvres ont été repris en Grand Bretagne par des fabriques de la deuxième moitié du 18e siècle pour mettre en forme la production industrielle d'objets d'art décoratifs. Une des fabriques les plus influentes et importantes est celle de Josiah Wedgwood (1730-1795), dont la production est industrialisée à partir de 1759[104].

Josiah Wedgwood et d'autres entrepreneurs industriels de la deuxième moitié du 18e siècle, comme les Manufactures Royales, impliquaient des peintres et des sculpteurs pour fournir les dessins. Les artistes travaillant pour les fabriques et manufactures "*moved freely and seemingly without conflict between the Salon and the drawing room, official and private, serious and sensual*"(Raizman, 2003). Le fait de produire des designs ou dessins pour les objets décoratifs n'était pas forcement dévalorisant et Wedgwood a pu persuader des artistes célèbres de l'époque comme George Stubbs, Joseph Wright et John Flaxman de travailler pour lui, fournissant des scènes décoratives destinées à être reproduites par des modeleurs.

---

[101] Midal 2009, *Design, Introduction à l'histoire d'un discipline*

[102] Néanmoins, selon la définition prise pour l'activité du design, il est possible de placer son début à des périodes historiques très divers. En définissant le design comme un travail de rationalisation, standardisation et de communication pour une production d'objets en grand nombre, Alice Rawsthorn (2013) suggère que l'empereur Qin Shihuangdi en 221 BC. a utilisé une stratégie de design pour son organisation de la production d'armes et puis de soldats en terre cuite. Vial (2015) propose que le design comme réponse, en forme de projet pour gérer la complexité commencerait à la Renaissance avec l'invention du projet architectural par Brunelleschi. Rawsthorn mentionne aussi les dessins que Vasari a décrit en visitant le studio de Leonardo da Vinci en 1550 comme étant du design. Ce design comme dessin ou modèle est une réponse à la distance grandissante entre fabricant et marché. L'arrivée de l'impression permettant une diffusion de ces dessins de concepts entre l'Europe et l'Asie dès le 16eme siècle, selon Heskett, 2003/2005.

[103] Rawsthorn 2013, David Raizman, History of Modern Design: Graphics and Products Since the Industrial Revolution. Laurence King Publishing, 2003

[104] L'approche de Wedgwood est devenue un des premiers modèles d'un processus de design industriel, avec une supervision allant du développement des produits et jusqu'à la construction de canaux pour assurer une mode de distribution adapté au transport des objets (fragiles) en céramique.

A la fin du 18eme siècle, pour traduire les dessins des artistes, une autre catégorie de dessinateurs est apparue. Des personnes capables de convertir des dessins aux spécificités de la production industrielle (Heskett, 2002). A cette période, la frontière entre le dessinateur (ou designer) et l'artiste n'était pas clairement définie. Il était même possible de passer de dessinateur à artiste, dont le statut était beaucoup plus élevé. Le sculpteur anglais John Bacon (1740 - 1799) plutôt connu en Angleterre à la fin du 18eme siècle, a débuté sa carrière en tant que modeleur pour un fabricant de porcelaine avant de concevoir des modèles pour Wedgwood (en 1769) et pour la fabrique de porcelaine de Chelsea-Derby (en 1771). Il est ensuite devenu "designer" principal[105] pour la société Coade, producteurs de décorations architecturales et ornamentations pour des jardins en une version récente et résistante de pierre artificielle (grès, *ceramic stoneware*). Pendant toute sa carrière, Bacon a travaillé pour l'industrie tout en avançant sa carrière de sculpteur, rentrant au Royal Academy en 1778. Bacon est considéré comme un des premiers grands sculpteurs de la révolution industrielle britannique,[106] mais il est aussi d'une certaine manière l'illustration des statuts divergents de l'artiste et du dessinateur/designer. Dans sa biographie posthume publiée en 1801, il y a très peu de référence à son activité pour l'industrie[107]. Cette omission peut déjà être le reflet de l'évolution de l'attitude d'une société moins positive envers l'industrie. Dans une autre biographie en 1829, l'auteur Allan Cunningham "*disparagingly contrasted the sculptor's background in the manufacturing industry, his appeal to the 'grosser faculties of the people at large' and his limited powers of invention*"[108]. L'association à l'industrie est devenue critiquable pour un artiste, tout comme l'association à une production pour le grand public.

Il est intéressant de noter que le mot design apparaît à plusieurs moments dans la première biographie posthume de Bacon, mais jamais avec le sens moderne du mot. Il est avant tout question de "designs" comme plans ou projets ou buts, mais nous trouvons aussi référence à une sculpture qui "*indeed had the honour of giving law to all the schools of design, both ancient and modern, with respect to purity of form*"[109]. Il est probable que ces "écoles de design" auxquelles il est fait référence soient des écoles de dessin qui existaient à l'époque dans plusieurs villes.

---

[105] Henry Moore Institute, Yale University - Online Database of the Biographical Dictionary of Sculptors in Britain, 1660 - 1851, https://www.henry-moore.org/archives-and-library/sculpture-research-library/biographical-dictionary-of-sculptors, accédé 03,06,2016

[106] ibid

[107] Richard Cecil, Memoirs of John Bacon, esq. R.A. with reflections drawn from a review of his moral and religious character. R.Noble, London, 1801

[108] Henry Moore Institute, accedé 03,06,2016

[109] Cecil, 1801, "pouvait effectivement servir de référence en termes de pureté de forme, dans toutes les écoles de design, autant anciennes que modernes,"

Dans son article sur l'histoire du Royal College en Angleterre, John Physick décrit des écoles au début du 19eme siècle devenues "*little more than studios for young painters and sculptors aspiring to become Associates and Members of the Royal Academy*". Les designers - dessinateurs de l'époque étaient peu payés, peu formés et peu valorisés. [110]

Les décorations fournies par des artistes pour les objets produits industriellement avaient un statut plus élevé que celles des artisans, étant peut-être jugées sur des niveaux moraux et intellectuels et pas seulement techniques. Les sujets choisis par des artistes pour l'art décoratif étaient censés éduquer autant que plaire aux clients.[111] Selon Christopher Dresser, designer et ornamentaliste de la deuxième moitié du 19e siècle, "*good ornament - good decoration of any character, have qualities which appeal to the educated, but are silent to the ignorant*"[112]. Il s'agit donc ici aussi des capacités des objets à confirmer l'éducation de l'observateur[113].

L'artiste Alfred Stevens (1817 - 1875) professeur au Government School of Design entre 1845 et 1847, revendiquait "*the Renaissance ideal of the all-encompassing role of art to enrich all aspects of life*" et cherchait à abolir toute distinction entre les beaux-arts et les arts décoratifs.[114] Cette même idée est soutenue par Christopher Dresser dans son séminaire "*Hindrances to the Progress of Applied Art*" en 1872. "*Let ornament be treated as a fine art, as that which is enabling and refining in its influence*".

La notion même du design à cet époque reste très liée à l'ornement. Un des rapports gouvernementaux britanniques de l'époque recommandait, d'ailleurs, un système de déposition de modèles pour les designs d'ornement. L'enseignement au Government School of Design se limitait au départ au dessin de l'ornement architectural, géométrique ou végétal. Les cours de techniques industrielles ne commencèrent qu'en 1841.[115] L'activité de design à ses débuts accordait une grande importance à l'art comme élément constituant des objets décoratifs, avec sa capacité d'élever l'esprit:

---

[110] Rawsthorn, p36, comme démontre une fausse publicité publiée dans un livre de AWN Pugin qui vante "*Designing taught in six lessons: Gothic, Severe Greek, and mixed styles 'plus one for An Errand Boy for an Office who can design occasionally*"

[111] *ibid*,

[112] Christopher Dresser, *Principles of Decorative Design*, 1873 …"la bonne ornementation - la bonne décoration de tout caractère, possèdent des qualités qui interpellent les personnes éduquées, mais restent muet pour les non-instruits."

[113] Vers la fin du 18eme siècle, pour répondre à la mode pour les antiquités Gréco-Romains, les dessins et modèles d'artistes cherchaient à évoquer l'ère classique et peut-être ses valeurs.

[114] John Physick, 1995

[115] Physick, 1995

> *"Ornamentation is in the highest sense of the word a Fine Art, there is no art more noble, none more exalted. It can cheer the sorrowing; it can soothe the troubled; it can enhance the joys of those who make merry; it can inculcate the doctrine of truth"*[116].

Dresser explique aussi dans son "*Principles of Decorative Design*" que l'objet doit contenir les "*true art-principles" qui sont "Truth, Beauty and Power*" (et aussi de l'utilité). L'objet pourrait ainsi avoir des valeurs presque morales en contenant de la beauté.

> *"If an object is really beautiful we do not tire of it, fashion does not induce us to change it; the merely new does not displace it. It becomes as an old friend, more loved as its good qualities are better understood".*[117]

Nous trouvons aussi cette notion de beauté, mais aussi sa capacité de nous rendre plus beau, dans un texte de Joseph Hoffmann des Wiener Werkstätte au début du 20eme siècle.

> *How many books do we genuinely make our own? And should one not possess these in the best paper, bound in splendid leather? Have we perhaps forgotten that the love with which a book has been printed, decorated and bound creates a completely different relationship between it and us and that intercourse with beautiful things makes us beautiful?*[118]

Les positions critiques du très célèbre designer William Morris[119] sur l'industrie comme moyen de produire des objets d'art sont bien connues (Midal, 2009, Sudjic, 2008) [120]. Néanmoins, pour Morris, il est encore question d'art dans la vie et dans le quotidien, avec comme but "*to give all men some pleasure for the eyes and rest for the mind in the aspect of their own and their neighbours' houses*"[121].

L'art, la beauté, la décoration et des références historiques présents sur les objets exposés à la Grande Exposition de Londres en 1851 ont reçu des réactions contrastées. L'exposition était un succès public mais était également très critiquée par les journaux de l'époque pour le style surchargé des objets exposés, conforme au goût "bourgeois". L'exposition mettait en valeur des

---

[116] Dresser, p15 - Principles of Decorative Design

[117] ibid, p17 *"Si un objet est réellement belle nous n'en lassons pas, la mode ne nous pousse pas à le changer; le simplement neuf ne peut pas le remplacer. Il devient comme un vieil ami que l'on aime d'autant plus que ses bonne qualités sont mieux comprises."*

[118] Sudjic (2008), citant Hoffmann, p116

[119] William Morris, (1834 - 1896) , étudiant au près de John Ruskin, designer, industrialist, poet, écrivain, activiste socialiste anglais de la deuxième moitié du 19e siècle joue un rôle important dans l'histoire du design, et va apparaître dans plusieurs chapitres de notre histoire du rôle du design dans nos (relations aux) objets.

[120] Son refus, encore jeune, de rentrer dans l'exposition du Crystal Palace en 1851 est bien documenté, et il est l'élève de Ruskin aux Beaux Arts de l'université d'Oxford.

[121] Morris, 1878, "The Decorative Arts and their relation to modern life and progress", discours devant le "Trades' Guild of Learning"

objets pour le commerce et issus de l'industrie, destinés aux classes moyennes "*who were eager to acquire cast iron and papier mâché replicas of the intricately crafted wares they associated with the aristocracy*".[122] La traduction industrielle de l'art et l'ornementation n'était pas jugé un succès. Finalement les objets plus utilitaires comme le bâtiment lui-même ou la machinerie agricole américaine ont reçu les réactions les plus positives à la fin des 5 mois et demi de l'exposition.

Les principes d'art et de beauté (d'une activité de design issue de la production d'objets de luxe du 18eme siècle) ne se traduisaient pas forcément bien avec les moyens industriels. Ces premiers produits issus de l'activité de design, pas encore "design industriel", étaient critiqués pour leur manque d'honnêteté et de qualité. Leur production en grande série pour le commerce était la preuve du lien entre industrialisation et matérialisme. Pour des critiques comme Ruskin, la commercialité et la superficialité des objets décoratifs exposés étaient loin des valeurs de l'art. On contestait le fait que des valeurs empruntées à l'art soient appliquées aux objets fabriqués industriellement pour l'utilisation quotidienne. Il est en même temps clair que les premiers designers, comme Cole et comme Dresser, tout en créant pour l'outil de production industrielle dans le contexte des objets à utilisation domestique, ont tenté d'apporter des valeurs d'art.

L'idée de l'implication de l'art dans et pour le quotidien n'est pas du tout confinée aux 18e et 19e siècles. L'artiste Bruno Munari, écrivant régulièrement dans Il Giorno dans l'Italie des années 1960 influençait des designers comme Sottsass, Mendini et Colombo avec la croyance que "*the challenge of designing for everyday life was too important to be relegated to a commercial role, and should be imbued with the values of art.*"[123] Mais, d'une certaine façon, les designers autour du groupe Memphis comme Sottsass et Mendini ont aussi été des précurseurs d'un nouveau rapprochement entre l'art et le design de la fin du 20e siècle, loin du quotidien. Tim Parsons commente que le travail de Memphis dans les années 80 tirait plus sa valeur de sa capacité à véhiculer des messages dans la presse et dans les expositions que sur l'utilité ou les matériaux[124]. Le groupe Droog, fondé en 1993, se plaint[125] que leur travail est régulièrement "*shrugged off as art*" et n'est pas considéré comme étant du design. Ceci probablement à cause de l'étiquette souvent collée à leur travail, pourtant sobre, de design "conceptuel".

---

[122] Rawsthorn, citant Richard Sennett - The Craftsman 2008

[123] Rawsthorn, p116

[124] Tim Parsons, objectthinking.com, IsIronyKillingDesign,2009

[125] Renny Ramakers, in *Droog Design: spirit of the nineties*, 010 Publishers, 1998 "rejeté comme étant de l'art" ?

Le nom “Design Art” est même apparu en 1999, crée par le directeur de design pour la maison de vente Philips, pour encourager les collectionneurs d’art à s’ouvrir vers les artefacts de design. Dans les dix années qui ont suivi, un marché important s’est développé pour ce “gallery design”[126] avec comme point d’orgue la vente d’une chaise longue “Lockheed Lounge” de Marc Newson en 2008 pour plus de 2 millions de dollars[127].

Les liens entre design et art, présents dès le début de l’activité, sont multiples et d’une certaine façon contradictoires. Ils permettent néanmoins de dresser une première liste de valeurs ou qualités que peuvent contenir des objets manufacturés, issues d’un design proche de l’art.

1	***éduquer*** *ou de confirmer (ou flatter) un niveau d’éducation*
2	***aider au raffinement****, être une influence vers le raffinement*
3	***évoquer l’histoire*** *et les valeurs de l’histoire (classique par exemple)*
4	*posséder une beauté pouvant* ***rendre l’objet pérenne***
5	*posséder une beauté pouvant* ***nous embellir par son contact***
6	***signaler un lien avec un artiste*** *ou une personne de la haute société*
7	***refléter l’appartenance*** *à une certaine classe sociale, pouvoir de différenciation*
8	***être sérieux*** *(high art) - officiel, sérieux*
9	***être sensuel*** *(low art) - privé, sensuel*
10	***être symbole du matérialisme***
11	***ne pas être du design*** *(trop conceptuel, ne pas être utile ni être dans le quotidien)*
12	***ne pas être de l’art*** *(trop industriel, trop superficiel)*

Tableau 1,3. *Qualités relationnelles en lien avec le design comme de l’art*

[126] Sudjic 2008, p177

[127] Pour une discussion détaillé sur le Design Art, voir chapitre 5 du livre de Sudjic, 2008

1.2 Associer l'art et l'utilité

Les débuts du Government School of Design en Angleterre étaient difficiles et critiqués, en partie car l'école était fondée principalement sur les principes de l'art et de l'ornementation. Henry Cole, un des acteurs de la naissance du design en Angleterre[128], considérait que l'école n'avait pas produit de résultats satisfaisants en fournissant des designers pour l'industrie manufacturière. Selon lui l'école était "*a mere Government Drawing School from which workshop training and creative design were totally excluded*".[129] Pour Cole le design pour l'industrie devait tendre à "une production industrielle associant harmonieusement la "fonction", la "décoration" et "l'intelligence" (Midal, 2009) et, de ce fait, ajouter l'utile à l'art. Il s'agissait bien pour Cole d'une "*alliance between fine art and manufactures*" qui devait promouvoir le "*public taste*"(Raizman, 2003).

L'idée d'une compatibilité entre l'art et l'utilité dans les objets était également présente dans les discours de William Morris. Les notions d'art et de beauté restent centrales dans des lectures données par Morris dans les années 1880. Il évoque aussi dans une citation très connue, un "*golden rule that will fit everybody; have nothing in your houses that you do not know to be useful or believe to be beautiful*".[130] L'art et l'utilité sont, pour Morris, compatibles voire indissociables; "*that nothing can be a work of art which is not useful; that is to say, which does not minister to the body when well under command of the mind, or which does not amuse, soothe, or elevate the mind in a healthy state*". [131] Finalement ces différentes évocations de l'art et de l'utilité par William Morris suggèrent, comme pour Henry Cole, une utilité des valeurs propres à l'art.

Il y avait aussi chez Morris l'idée que l'art est l'affaire de toutes les sections de la population et qu'elles peuvent y être impliquées. La proposition de Morris avait un aspect utopique, l'individu créerait son cadre de vie lui-même et "les hommes seraient heureux de travailler et de leur bonheur naîtrait un art décoratif, noble et populaire".[132] Dans un autre discours de cette époque, Morris évoque la nécessité de viser une simplification des arts décoratifs et un abandon

---

[128] Henry Cole (1808 - 1882) a établi le *Journal of Design and Manufacture* en 1849, et a été nommé par le gouvernement premier *Superintendant General of the Department of Practical Art* pour améliorer et orienter l'enseignement du design en Grand Bretagne. Il était également directeur du South Kensington Museum de 1857à 1873 dont une des missions était la constitution de modèles de référence pour le développement du design en Angleterre.

[129] Cardoso, Drawing or Design, in Design of the times. *"Un simple école gouvernementale de dessin où la formation aux ateliers et le design créatif étaient totalement exclus."*

[130] Morris, 1880; Hopes and Fears for Art; discours devant le "Birmingham Society of Arts and School of Design", février 19th

[131] Morris; in "The Decorative Arts and their relation to modern life and progress", 1878

[132] traduction Midal, 2009, citant Morris; The Decorative Arts and their Relation to Modern Life and Progress

de l'art, devenu trop synonyme de luxe ou de luxure pour l'élite, avant de le réintégrer dans la vie de tous.[133] Ici il y a plutôt une dissociation de l'utilité (populaire) et de l'art (de l'élite).

Dans un autre registre, c'est à un artiste que fait appel la société suédoise Ericsson pour dessiner le premier téléphone en bakelite dans les années 1930. L'artiste Jean Heilberg, peintre, étudiant de Matisse et professeur à l'académie des Beaux Arts d'Oslo, crée l'archetype du téléphone[134] en mettant tous les éléments pré-existants: le cadran, l'écouteur et le micro, ensembles dans une forme unifiée et simplifiée.[135] Ce produit, sculpture d'artiste et organisation utilitaire d'éléments, semble confirmer la possibilité d'une compatibilité entre l'art et l'utilité. Il illustre la possibilité d'une "ambition esthétique pour les produits usuels"[136] et rappelle la volonté de Munari cité dans le chapitre précédent.

L'incompatibilité de l'art et de l'utilité est également illustrée dans les débuts de l'histoire du design. Le Crystal Palace, pourtant un exemple possible de l'association entre "fonction, décoration et intelligence", était nommé par John Ruskin "*a cucumber frame between two chimneys*" et il écrivait en 1854 "w*e suppose ourselves to have invented a new style of architecture, when we have magnified a conservatory*."[137] Dans la même veine, à l'ouverture de l'exposition les produits utilitaires américains étaient très critiqués par la presse britannique de l'époque. Par exemple le Times du 5 juin, 1851 commentait; "*Whenever they come out of their own province of rugged utility, and enter into competition with European elegance, they certainly do make themselves ridiculous*."[138] L'utile est ici opposé à l'élégance.

Au Salone di Milano,[139] 2007, était exposé un design "*turned militantly useless*" qui de nouveau rejette l'utilité. Les designers remarqués par les médias cette année faisaient "*everything that design is not. They were creating objects that had nothing to do with solving any kind of problem. They were producing things that were fundamentally useless, in tiny numbers, and at huge prices*"[140]. Le mobilier exposé allait à l'encontre de l'idée des objets issus d'un processus de design, normalement identifié avec le démocratique et l'utile. Ces objets répondaient peut-être

---

[133] William Morris, *The Aims of Art* in *Signs of Change,* 1888

[134] en tout cas jusqu'à l'arrivée des smart phones…

[135] Sudjic, p76 - 79.

[136] l'expression proposée par Sudjic pour ce type de produit, devenus des archetypes car possédant la volonté d'un langage fort et expressif pour guider et faciliter l'utilisation.

[137] John Ruskin; *The Opening of the Crystal Palace Considered in Some of Its Relations to the Prospects of Art,* 1854

[138] Ursula Lehmkuhl, *Creating Anglo- American Friendship:The Great Exhibition of 1851 and the Social Construction of the "SpecialRelationship"*, 2005

[139] Le Salone di Milano (Milan Furniture Fair) est un des événements annuels les plus connus dans le design, surtout pour le mobilier d'édition.

[140] Sudjic, 2008, p175 - 178

à une autre forme d'utilité, une utilité émotionnelle comme proposée également par Sottsass dans le période de Memphis, et s'approchaient du monde de l'art. S'inspirant de Thorstein Veblen, Sudjic suggère que l'utilité a moins de valeur que l'inutile et que les objets du Salone[141] avaient peut-être plus de potentiel de longévité que les objets issus d'un design plus traditionnel. Il y a ici la proposition, simple, que l'objet d'art est plus pérenne que l'objet utilitaire, mais aussi que le design, (et par extension l'artefact crée par le design) "*has always been about more than immediate utility*".[142]

Sudjic illustre aussi, avec l'exemple des chaises en métal de Jean Prouvé, qu'un objet peut passer du statut d'utile au statut d'artisanat et d'objet unique voire d'objet d'art[143]. Un artefact issu d'un processus de design est sensé résoudre un problème et avoir une fonction, mais la définition de fonction peut être très large et va évoluer selon le contexte de l'objet tout au long de sa vie.

Le travail du groupe Memphis fonctionnait dans un contexte particulier de communication culturelle[144]. Différents contextes imposent clairement différentes attentes en termes de fonction des artefacts. Tim Parsons décrit une catégorie d'objets comme "*attention seeking*", souvent crées par de jeunes designers pour se démarquer dans le contexte des medias, mais aussi dans les lieux de vente, virtuels et physiques. Dans ces cas, il est probable qu'un des contextes dans la vie de l'objet (par exemple son exposition) autre que le contexte d'utilisation quotidienne soit privilégié[145]. Il est possible aussi que dans le contexte de l'utilisation quotidienne, ces contextes précédents puissent contribuer à l'identité, aux histoires ou aux évocations de l'objet.[146]

Les notions d'art et de l'utile, présentes depuis le début de l'histoire du design, restent d'actualité, non sans poser des questions sur la nature du design. Alice Rawsthorn consacre un chapitre de son livre (Rawsthorn 2013, p108 - 125) aux raisons de ne jamais confondre l'art et le design, mais termine néanmoins avec deux citations qui montrent plutôt l'ambiguïté de la

---

[141] "*Marcel Wanders had taken over a redundant factory to accommodate a score of misshapen ceramic objects that looked as if they were vases scaled up by Jeff Koons to the size of wardrobes. Next door was work by a group called Studio Job, who had made a set of larger than life-size bronze casts of banal everyday objects…Rod Arad [exposed] a dozen exquisitely made Perspex objects that had a distant relationship to chairs*"

[142] ibid, p177

[143] Originalement conçus comme sièges d'université et de bureau avec comme contraintes d'être peu chères et robustes, elles sont devenues des objets de collection et les modifications de leurs surfaces due à l'âge et l'utilisation vont les différencier les uns des autres pour en donner des qualités analogues à l'artisanat (Sudjic, 2008)

[144] Parsons, objectthinking

[145] Sudjic, 2008, p177, propose qu'un autre argument "utilitaire" pour ce type de "gallery design" est d'en faire une analogie avec l'haute couture et son lien avec l'industrie de la mode en générale.

[146] Il est intéressant sur ce point de faire le parallèle avec le point de vue en anthropologie et muséographie dans par exemple Bonnot 2014 (citant Kopytoff, 1986, et Hoskins 2006). Il s'agit ici de la notion de "biographie" d'un objet, pour ne pas limiter la lecture d'un objet à un moment, un lieu ou un interlocuteur….

relation des deux, surtout en termes d'utilité. L'artiste Donald Judd a écrit dans un essai de 1993[147] "*If a chair…is not functional, if it appears to be only art, it is ridiculous.*" Sans la fonctionnalité, il ne peut s'agir de design, et de paraitre comme étant de l'art peut rendre l'objet du design ridicule. Sur la capacité du design a devenir une expression d'art, Charles Eames aurait dit; "*I would rather say that it is an expression of purpose. It may (if it is good enough) later be judged as art.*"[148] Dans ce deuxième cas le lien entre design et art est admis, et même le design atteint (en termes de jugement) le niveau d'art si sa qualité est suffisante.

Les points soulevés dans ce chapitre permettent aussi de faire la liste (sans être exhaustif) des facettes d'utilité combinés avec l'art présentes dans les objets et d'en montrer leur ambiguïté.

1	*l'utilité d'un objet peut être **d'élever l'esprit** en exprimant la beauté, la vérité…*
2	*pouvoir **d'apaiser, de calmer, d'amuser***
3	*une fonction utilitaire peut être **de se démarquer***
4	*l'utilité d'un objet **peut être émotionnelle***
5	*l'utilité **peut changer selon les contextes***
6	*l'utilité (la fonction) **peut évoluer pendant la vie de l'objet***
7	***l'objet utile peut devenir l'art***
8	***l'utile et l'art (ou le décoratif) seront compatibles***
9	***l'utile et l'élégant seront incompatibles***

Tableau 1,4. *Facettes d'utilité (et qualités relationnelles) en lien avec l'art*

[147] Donald Judd, *It's Hard to Find a Good Lamp*, essai publié pour l'exposition Donald Judd Furniture, Rotterdam, 1993, cité par Rawsthorn, 2013, op cit.

[148] Charles Eames, interviewée par Yolande Amic pour l'exposition Qu'est-ce Que le Design, Musée des Arts Décoratifs, Paris, 1972, cité par Rawsthorn, 2013, op cit.

1.3 Pour l'amélioration du quotidien

Le téléphone de Heilberg mentionné ci-dessus, tout en créant un archétype et une silhouette extrêmement pérennes, se place, avec du recul, dans une forme d'amélioration du quotidien. Son design a facilité la prise en main du combiné qui devenait une seule pièce, et il a rendu la numérotation plus intuitive (Sudjic, 2008). Ce travail d'amélioration par le ré-assemblage et la simplification se situe dans les détails du quotidien. Le design (ou l'art) qui s'intéresse au plus près des gestes de tous les jours est proposé par William Morris dès les années 1880 "*the true secret of happiness lies in the taking a genuine interest in all the details of daily life*". Mais pour Morris il s'agit aussi de la place de l'homme dans le contexte de l'industrialisation[149] avec la participation de l'individu dans la fabrication et non d'une fabrication distancée et anonyme [150].

Les idées de William Morris sur l'implication de l'homme et un regard sur les détails du quotidien sont encore très pertinents aujourd'hui[151] mais l'activité du design n'a pas forcément intégré très tôt ces principes de façon généralisée[152]. Pourtant dans son livre "*Designing for the People*", Henry Dreyfuss, un des pionniers du design industriel américain, commente comme étant du design deux exemples d'amélioration du quotidien venant des individus concernés. Ces deux exemples sont des oeuvres d'hommes politiques américains du 18e siècle. Benjamin Franklin a développé le Franklin Stove, un system pour chauffer l'air intérieur à un temperature équilibrée et aurait aussi crée des lentilles de vue pour l'aider à lire dans les conditions de faible luminosité. L'autre designer ou tinkerer[153] est Thomas Jefferson, qui aurait crée un accoudoir large et amovible sur sa chaise pour pouvoir écrire dessus, parmi d'autres petites astuces et améliorations pour régler les problèmes de son quotidien et de son intérieur. Ces activités, appelées "*tinkering*" ou inventions par Dreyfuss ou Rawsthorn, seraient sûrement

---

[149] Midal, 2009

[150] Morris, 1888, dans; *Signs of Change, the Aims of Art: In short, men will find out that the men of our days were wrong in first multiplying their needs, and then trying, each man of them, to evade all participation in the means and processes whereby those needs are satisfied; that this kind of division of labour is really only a new and wilful form of arrogant and slothful ignorance, far more injurious to the happiness and contentment of life than the ignorance of the processes of Nature, of what we sometimes call SCIENCE, which men of the earlier days unwittingly lived in. They will discover, or rediscover rather, that the true secret of happiness lies in the taking a genuine interest in all the details of daily life, in elevating them by art instead of handing the performance of them over to unregarded drudges*

[151] Penny Sparke, *The Genius of Design*, 2010

[152] Une terminologie pour une activité de design focalisé sur l'humain n'apparait qu'autour des années 1990. Le "*User Centred Design*" est introduit par Donald Norman en 1988 et W.B. Rouse évoque le *Human Centred Design* à partir de 1991, poussant ainsi certains commentateurs de déplorer qu'il est seulement au moment de la récession des années 1990 qu'une reflexion plus contextualisé des objets apparait en design. "Pour la première fois les designers devaient réfléchir sur leurs produits dans les termes plus larges que l'objet fini isolé." Loy, 2010, essai sur l'évolution du métier du designer (E&PDE)

[153] Alice Rawsthorn (2013) cite la définition du Collins English Dictionary "*if you tinker with something, you make small changes to it, in an attempt to improve or repair it*".

nommées“NID” aujourd’hui[154] (Non Intentional Design) ou encore *Jugaad*[155]. Que ces activités de design par des non-designers soient commentées aussi tôt que des années 50, par un designer aussi important que Dreyfuss est à souligner. Cette implication des non-designers dans la résolution des problèmes qui les concernent dans la vie de tous les jours est devenue aujourd’hui un aspect central de l’activité du design.

Les exemples de Jefferson et de Franklin restent dans la résolution de problèmes les concernant personnellement. Un autre exemple de design pour l’amélioration du quotidien évoqué par Dreyfuss est celui de Catherine Beecher[156] qui, selon Dreyfuss, “*made a move to wipe out household slavery by publishing her designs for a compact, efficiently organised kitchen. It was well lighted, with standard height, continuous work surfaces, surrounded by easily accessible cupboards and utensils*”. Pour Dreyfuss, ces trois non-designers ont joué “*a part in alerting society to the prospect of better living*”. Dreyfus décrit ainsi la capacité du designer (et par extension des produits) à changer les conditions de vie. Il s’agit de la raison qu’il serait lui-même entré dans ce métier; “*…if he designs enough things in good taste, he brings better living and greater satisfaction*”[157].

Les buts de vie meilleure et de satisfaction plus grande semblent larges et idéalistes mais le travail de l’agence de design de Dreyfuss est plutôt pragmatique.

> *“It is for the psychologists and the philosophers to determine whether this drive for something better, for more comfort and convenience, gives people a head start towards happiness and contentment. But we can all agree that increasing their safety and improving the conditions under which people live and work are steps in that direction.”*

Les approches d’amélioration pratique citées par Dreyfuss vont des protections sur la machinerie agricole, qui font que “*today more farmers have ten fingers than they did a generation ago*”, à la réduction des facteurs qui “nuisent à la digestion, crée des maux de têtes, maux de dos et fatigue”. Dreyfus considère que des designers devraient essayer de réduire les “*mental strains of this pressure age*”. Dans son livre il décrit les changements de finition de

---

[154] Non Intentional Design est le terme utilisé par Uta Brandes et Michael Erloff dans leur livre du même nom sorti en 2006. NID - *describes the everyday redesign of the designed world…It describes all those actions, processes and ways of dealing with things where people change their living or working environment through minor or major interventions*; Brandes, Stich & Vender; *Design by Use; The Everyday Metamorphosis of Things*, Birkhauser, 2009

[155] Mot Hindi pour faire plus avec moins ou encore “débrouillardise”, voir par exemple; http://www.huffingtonpost.fr/navi-radjou/innovation-jugaad_b_5197010.html, ou https://www.theguardian.com/global-development/2016/feb/12/from-potatoes-to-solar-panels-local-innovations-are-key-to-resilience

[156] Catherine Beecher; 1800 - 1878, éducatrice et écrivaine américaine connu pour sa promotion de l’éducation des femmes. (Soeur de Harriet Beecher Stowe; auteur de Uncle Tom’s Cabin)

[157] Dreyfuss, 1955

surface sur des machines à écrire, dont les surfaces noires et brillantes provoquaient une fatigue des yeux. Ou encore les changements de matériaux qui ont permis d'alléger et de fixer le micro de l'opératrice téléphonique sur son casque, plutôt que sur le harnais de poitrine utilisé jusqu'à là, libérant ainsi ses mouvements. Tout comme le téléphone de Heilberg, l'évolution du casque de l'opératrice téléphonique augmentait son confort d'utilisation de l'objet mais changeait aussi les gestes et comportements liés à l'activité de téléphoner.

L'intérieur de cuisine proposé par Beecher changeait les gestes et les protocoles autour de l'activité de cuisiner, mais visait aussi la réforme sociale et une évolution du rôle des femmes (Midal, 2009)[158]. A la fin du 19e siècle, en France, le docteur Cazalis, fervent lecteur de William Morris, étudie le rapport de causalité entre les maladies qui se développaient dans les quartiers surpeuplés et les habitations insalubres.[159] En réponse il propose une décoration épurée (Midal, 2009), des "habitations à bon marché et un art nouveau pour le peuple", pour reprendre le titre de son livre publié en 1903 "…ce décor, nous le voulons clair, aimable, et ce mobilier solide, de formes simples et de gout excellent…"[160]. L'idée d'une décoration d'une valeur morale est associée à des concepts plus pratiques d'objets et d'espaces susceptibles de réduire les problèmes d'insalubrité et d'hygiène. Cette voie ouverte, dans le but de réforme sociale dans la deuxième moitié du 19e siècle, se trouve très bien représentée dans l'activité "mainstream" du design du 21eme siècle[161].

L'histoire du design (d'objets) pour l'amélioration du quotidien montre la lente évolution de l'implication directe des personnes concernées par les améliorations. Cazalis et Beecher étudiaient et écrivaient sur les conditions observées, Henry Dreyfuss observait et représentait les utilisateurs en les plaçant au centre de son agence sous la forme des personnages Joe et Josephine et en se mettant à la place des utilisateurs. Seulement à partir du début du 21eme siècle

---

[158] L'idée de "libérer" les femmes était repris dans des campagnes publicitaire célèbre pour la marque Moulinex à partir des années 1950s (Moulinex libère la femme). Ce slogan était ensuite détourné au moment des fermetures d'usines de la même marque quelques décennies plus tard.

[159] Jean Lahor (pseudonyme de H. Cazalis) crée "La Société Internationale d'Art Populaire et d'Hygiene" en 1904 dont le but est "l'art pour tous, partout et en tout, et une amélioration générale, hygiénique d'abord, esthétique aussi, de la vie des classes populaires." INHA Les Collections Electroniques

[160] accédé au: http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k5549163z/f11.image, et la suite de la citation; "..Le temps du logement fétide et malsain est bien près de finir; il doit finir, celui de la laideur sordide, également malsaine, de ces intérieurs attristant, déprimant les malheureux qui les habitent, qui croupissent en de telles laideurs, sans en souffrir du reste, sans le remarquer même, comme ceux qui, dans la vermine, après quelque temps, n'y pensent plus." (où il est question d'insensibilisation, habituation à la laideur, et de remarquer/d'y penser ou non. A noter pour visibilité/invisibilité des objets)

[161] Pour exemple, l'initiative "Design Bugs Out", lancé par le Design Council britannique en 2009, en liaison avec le ministère de la santé et le centre de recherche Helen Hamlin au Royal Collège of Art. Ce projet cherchait à rassembler des designers, des cliniciens spécialisés, des patients et des équipes sur le terrain pour aider à combattre les infections nosocomiales, devenu un fléau dans les hôpitaux britanniques. Les équipes concevait un mobilier et un équipement hospitalier plus facile et plus rapide à nettoyer. Pour le détail du projet; https://www.rca.ac.uk/research-innovation/helen-hamlyn-centre/research-projects/2009-projects/design-bugs-out-/

l'ensemble des acteurs concernés commence à être impliqué dans le processus de conceptualisation de solutions à leurs problèmes[162].

L'implication du design pour l'amelioration du quotidien est un phénomène qui peut paraître marginal avant la fin du 20e siècle. Cette impression est néanmoins peut-être faussée par plusieurs aspects de ce type d'activité. L'histoire du design n'a pas forcement toujours documenté les activités issues de non-designers ou de designers peu en vue[163]. D'autre part certains produits ciblés, comme pour les enfants par exemple, sont moins représentés que d'autres[164].

Un exemple qui illustre bien cette situation est le travail de Henry Cole sur des jeux éducatifs pour enfants.[165] Henry Cole était un des réformateurs importants du design au milieu du 19e siècle en Angleterre. De cette période, l'oeuvre la plus connue de Cole en tant que designer est un service à thé, fabriqué par Minton & Co en 1846. Dans l'autobiographie à publication posthume de Cole, *Fifty Years of Public Work* (1884), Cole lui-même identifie le service à thé comme "*the decade's tipping point towards making design reform a public discourse*". Un travail accompli en même temps sur des jeux d'enfants était plutôt considéré comme une "*diversion*". Ces jeux; *Tessellated Pastime* (1843) et *Architectural Pastime* (1845) étaient composés d'un livre et de tuiles ou de briques de couleur. Utilisant les innovations des industries d'impression et de céramique de l'époque, ces jeux de construction avaient pour but d'encourager l'apprentissage par le jeu. Ils étaient très certainement influencés par sa propre famille et par l'importance qu'il accordait aux jeux pour encourager l'imagination pour l'apprentissage de la géométrie[166]. Ces designs très complets, avec des instructions, des histoires et des éléments physiques figurent à peine dans l'autobiographie du designer. Shales (2009) y voit le manque de succès commercial des livres et jeux (à l'époque d'autres jeux de ce genre, à succès, existaient) mais il semble aussi qu'un design lié à l'expérience personnelle et destiné à un public d'enfants pour un détail du quotidien ne méritait pas le statut de "grand" design.

---

[162] Selon Sanders & Stappers, 2008, *Co-creation and the new landscapes of design*, CoDesign: Le design "*User-Centred*", débuté dans les années '70 est devenu "widespread" à partir des années '90. Le design participatif, quoique déjà présent dans les pays scandinaves à partir des années '70 et évoqué dans une conférence britannique appelé Design Participation en 1971 n'est pas généralisé avant le début du 21e siècle.

[163] Fallan 2010, Lees-Maffei, 2009

[164] Sudjic, p53, l'histoire du design a tendance à donner beaucoup d'importance à par exemple l'histoire des chaises et des lampes!

[165] Ezra Shales, Toying with Design Reform: Henry Cole and Instructive Play for Children, *Journal of Design History*, Vol 22, No1, pp3 - 26

[166] Shales, citant le livre de Cole du jeux *Tessellated Pastimes:* "*In contrast to mere ornament, the Tessellated Pastime was declared a way to teach numbers, arithmetic, geometry and colour and to plan good design and architecture. The toy engaged the study of reality as opposed to the servile copying of imperfect forms*"

L'activité de design est aujourd'hui ancrée dans les problématiques de l'amélioration du cadre de vie quotidien mais l'histoire démontre que ce type de design possède des freins à sa visibilité; le statut du designer/non-designer, le statut des problèmes traités et la manque d'artefacts visibles ou marquants. A cela il est important d'ajouter que les "résultats" d'un design de ce type ne sont pas forcément quantifiables et n'apparaissent pas tout de suite, comme l'évolution des gestes mentionnés ci dessus. Ce type de design et d'objet questionne aussi le statut et l'implication des destinataires des objets dans leur conception, or il est probable que "*no design works unless it embodies ideas that are held in common by the people for whom the object is intended*" (Forty, 1989).

Dans ce chapitre, nous voyons comment des designers et non-designers ont tenté, peut-être sans être très visible dans l'histoire du design, d'améliorer le quotidien à travers des objets. En voici la liste:

1	***traiter les détails, au plus près, du quotidien***
2	*faire des produits* ***pour tout le monde****, toutes populations*
3	***réfléchir l'incidence sur le corps*** *des objets conçus*
4	***faciliter et libérer nos actions*** *pour réduire la corvée des tâches ménagères, accessibilité, proximité*
5	***faire évoluer les gestes*** *quotidiennes*
6	***apporter plus de sécurité*** *dans les conditions de vie et de travail*
7	*rendre les* ***objets plus solides*** *(mais aussi plus clairs, plus aimables)*
8	***réduire l'effort mental*** *lié à l'utilisation des objets par la simplification, l'intuitivité*
9	***éviter la fatigue*** *des yeux à travers la luminosité, les aspects de surface*
10	***encourager l'imagination***
11	***aider à l'apprentissage****, éduquer, améliorer les connaissances*
12	***rendre plus hygiéniques*** *les intérieurs par des formes plus simples et par la praticité*
13	***impliquer le destinataire dans la conception*** *des objets qui l'entourent*

Tableau 1,5. *Comment améliorer le quotidien à travers (la conception) des objets*

1.4 Rationalité et fonctionnalité

Les livres de Catherine Beecher (cités précédemment) cherchent à aider la ménagère Américaine à organiser son travail et son espace domestique de façon fonctionnelle et rationnelle afin d'économiser du temps et de s'épargner de la fatigue (Midal, 2009). La volonté de Beecher dans ses nombreux livres (*Treatise on Domestic Economy, 1840, The American Woman's Home, Letters to People who are Engaged in Domestic Servic*e) était d'améliorer le quotidien des femmes dans le contexte de l'abolition à venir de l'esclavage en s'inspirant des évolutions dans l'organisation de l'industrie. Ceci s'inscrit dans le contexte de l'expansion vers l'Ouest et le manque de main d'oeuvre qui a accéléré l'adoption de méthodes de production rationalisées en Amérique du Nord (Raizman, p32). Ces méthodes, appliquées à des produits de plus en plus complexes créaient des produits considérés à l'époque en Europe comme utilitaires et souvent critiqués comme "*artless*" car ne possédant pas des signes extérieurs de beauté (Raizman).

La grande exposition de 1851[167], était un moment décisif pour l'histoire du design en général et pour l'émergence et l'acceptation des notions d'utilité et de rationalité pour les produits du quotidien. (Raizman, 2003, Midal, 2009)

Une première illustration d'une nouvelle approche (et esthétique) utilitaire était le bâtiment de l'exposition lui-même. La structure en verre et acier, conçue par Joseph Paxton, montée en seulement 6 mois avec une surface de 70.000 m^2 pour 36m de haut employait des méthodes de construction et des matériaux utilisées exclusivement jusqu'alors dans des contextes utilitaires tels des gares ou des serres (Midal, 2009).

Un des produits exposés, le McCormick *reaper*[168], était la cible particulière de nombreuses plaisanteries tout en étant un bon exemple du design fonctionnel et "*artless*". L'évolution des visiteurs après les 3 premières semaines de l'exposition[169] et la volonté des organisateurs de l'exposition de tester l'utilité des objets dans des concours publics[170] a changé radicalement la fortune du "*Reaper*" ainsi que d'autres produits américains. Le "Reaper" s'est avéré très performant dans les test publics et a gagné deux prix importants, et d'autres produits comme les revolvers de Samuel Colt ont été très admirés pour leur simplicité et leur manque de fioritures.

---

[167] *Exhibition of the Works of Industry of all Nations*) regroupant 14,000 représentants de 27 pays, avec plus de 6 millions de visiteurs et avec une durée de 6 mois

[168] Une moissonneuse agricole du McCormick Harvesting Machine Company

[169] Lehmkuhl, op cit, note qu'à partir de la quatrième semaine les "*Shilling visitors*" arrivaient, un public plus populaire et plus intéressé par les machines et manufactures.

[170] La moissonneuse américaine a réussi à récolter un champ entier de blé vert, battant la concurrente (elle aussi américaine) et ainsi gagnant le medal d'or de l'exposition.

Le succès des produits américains s'expliquait par leur caractère utilitaire, construits comme des "*labor saving devices*", faciles à utiliser et à réparer même pour des non-spécialistes.

La simplicité et l'utilité sont évoquées par Christopher Dresser, un ancien étudiant du Government School of Design et "*the world's first industrial designer*"[171]. Tout en travaillant sur l'ornementation pour l'industrie, il écrivait sur la nécessité de simplifier des objets; "*Material must in all cases be used in the simplest and the most natural manner*" et les objets "*must be utilitarian, and yet so graceful, so comely, that they shall be loved for their beauty as well as valued for their usefulness*"[172].

La grande exposition de 1851, en montrant à la fois des objets simples et utilitaires, et des objets largement critiqués pour leur ostentation et médiocrité (Midal, 2009), a très probablement illustré le besoin de standards dans la conception des objets[173]. Les membres du Design Reform movement comme Pugin et Henry Cole espéraient établir des "*common standards of taste that might inform the production of useful goods by manufacturers for an increasingly discriminating consuming public both at home and abroad*". (Raizman, p50) Il faut noter que les standards visés par Cole associaient probablement l'utilité à des notions de bon gout plutôt qu'à la simplicité. Raizman (2004) cite les commentaires de l'architecte et théoriste Gottfried Semper (1803 - 1879) après sa visite, qui était "*optimistic that the study of the Great Exhibition's best objects should form the basis of standards that took into consideration the rational use of new materials and techniques, function and considerations of decoration*."

Un pas important vers la standardisation dans le design arrive avec le *Deutsche Werkbund* à partir de la fin du 19e siècle. A la suite d'une longue visite d'étude en Angleterre sur mission de la chambre de commerce de la Prusse (de 1896 à 1903), Hermann Muthesius propose une standardisation de la production allemande alors en pleine expansion. Pour y répondre, il propose la création d'une organisation du développement industriel national, qui est mise en place en 1907. Muthesius était inspiré du mouvement Arts and Crafts de William Morris pour une industrie au service de l'homme et une production d'objets de qualité, mais il prônait aussi (à l'inverse de Henri van de Velde, autre membre du Werkbund et professeur à l'école de Weimar)

---

[171] selon Christopher Frayling in Design at the Royal College of Art. Penny Sparke (2010) écrit que Dresser est un des premiers designers à chercher à simplifier des objets et des environnements pour en faire partie du monde moderne, en réaction à l'esthétique opulent Victorienne de "*conspicuous flamboyancy*"

[172] Christopher Dresser, Principles of Decorative Design, 1882, chapitre 10

[173] Criticant l'exposition de 1851 pour la majorité d'oeuvres démontrant "*novelty without beauty, beauty without intelligence, and all work without faith*", Owen Jones (1809 - 1874) a publié 5 ans plus tard son *Grammar of Ornament* - le plus complet dictionnaire de standards en design à l'époque.

l'établissement d'objets standards[174]. "L'idée fondamentale d'une oeuvre d'art dont la forme découle de son usage et de sa fonction est indépendante des matériaux, et des conditions temporelles et locales"[175].

La production nationale que tentait d'organiser le Werkbund avait aussi comme but de se démarquer en trouvant une identité tout en incarnant la qualité Allemande. La vocabulaire choisi est une esthétique de la machine, composée de formes géométriques simples et de surfaces lisses (Midal, 2009). Heskett (2002) commente que cette esthétique géométrique et dépouillée était plus un métaphore pour les produits de l'ère de la machine que réellement une réponse à l'industrialisation. Les éléments décoratifs ne posent pas forcement de difficultés de fabrication et peuvent même être plus faciles à produire que les surfaces et les formes pures.

L'idée que la fonction constitue une forme de langage est présente dans une citation de Christopher Dresser en 1873; "*the art which an object bears is more leniently viewed when the fitness of the object to the purpose for which it is intended is apparent*"[176].

L'idée du besoin de l'adéquation de la forme et la fonction de l'objet est exprimée de façon plus célèbre par Louis Sullivan, un architect Américain en 1896, dans un essai *The Tall Office Building Artistically Considered*;

> *"It is the pervading law of all things organic and inorganic, of all things physical and metaphysical, of all things human and all things super-human, and all true manifestations of the head, of the heart, of the soul, that life is recognisable in its expression, that form ever follows function."*

Cet essai, inspiré par les écrits de Darwin propose de prendre modèle sur la nature pour les règles en design, plutôt que de faire, comme les gratte-ciels de l'époque, "*the display of architectural knowledge in the encyclopaedic sense*" et "*this sterile pile, this crude, harsh, brutal agglomeration, this stark staring exclamation of eternal strife*". Il est donc peut-être question d'une forme adoucie, simplifiée, rapprochant les artefacts de l'ère industrielle à la nature pour les rendre moins intimidants. (Rawsthorn, p177). En tout cas, il n'est pas forcement question, au départ, d'un langage tiré de la machine.

---

[174] Cette attitude envers la fonctionnalité et l'utilité a été très présente dans le design du 20e siècle, et renforcé à partir des années 50 par la diffusion des données morphologiques standardisées des livres de Henry Dreyfus. Cette approche se trouve cent ans plus tard critiqué pour son "abstraction", voir par exemple Jeremy Myerson; https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405872617300552 (accessed 26,11,2018)

[175] Muthesius; Travail materiel et production de masse, cité par Midal, p83

[176] Dresser, op cit

L'association de forme et de fonction devient synonyme de l'activité du design à partir du début du 20e siècle et perdurent. Kjetil Fallan cite le designer et céramiste norvégien Ragnar Grimsrud dans les années 50; "*Personally I prefer working with form and function. That point of view is in one's blood when one, like myself, has had one's years of apprenticeship during functionalism's time of breakthrough*."[177] Dans l'introduction au British Design Awards en 1993, nous trouvons encore; "*The judges looked for design excellence both in form and functionality, in products with demonstrable market success*."

Selon John Heskett (2002), "*a broad body of ideas generally grouped under the umbrella term of "functionalism" articulated design concepts that rejected the florid decoration so typical of the nineteenth century.*" Cette qualité apportée par le design centrée sur la fonction ou la fonctionnalité couvre en réalité un très large spectre. Il y a l'évocation d'une modernité liée à la machine, le rejet d'une décoration superflue, la recherche de standardisation, l'évocation de la pureté et des valeurs morales[178], voire démocratiques pour ne citer que quelques unes de ces facettes.

Max Bill, designer et fondateur de l'école d'Ulm en 1953, successeur du Bauhaus, écrit "*For a long time moralists and socialists have called for pure utilitarian form. By this they understand forms that are beautiful and practical for all objects*". Mais Bill suggère aussi que la fonctionnalité est adoptée comme base du design par facilité; "*beauty is less self-evident, and ideas about what is beautiful or not beautiful often differ. That's why it's easier to keep on calling for functionality*.[179]" Rawsthorn (2013) évoque un point similaire, il est facile de décider si oui ou non quelque chose est visuellement plaisant, identifier pourquoi est plus complexe. Il est beaucoup plus facile d'expliquer comment un design est réussi sur le plan fonctionnel, car la performance est souvent quantifiable[180].

La fonctionnalité exprimée dans un objet n'est pas synonyme de simplicité, c'est aussi une question de choix, comme le présente Bill dans son discours "Good Formal Design" (1953); *functionality ought to be seen as something more than the bare fulfilling of the purpose - it's*

---

[177] Kjetil Fallan, 2009, Journal of Design History; One must offer something for everyone, Designing Crockery for Consumer Consent in 1950s' Norway

[178] Raizman, p116, cite l'observation de Forty, que le mobilier simple et sans décoration crée par le mouvement Arts & Crafts était souvent acheté par des familles aisée pour leur les chambres de leur personnel de service, ainsi renforçant des distinctions de classe et l'association de la décoration avec un gout plus éclairé et plus sophistiqué.

[179] Max Bill, Beauty from function and as function, 1949 ?

[180] Rawsthorn, p51; *Deciding whether or not we find something visually pleasing is fairly straightforward,…Identifying why we feel that way is trickier. It is much easier to explain whether a design succeeds functionally, because performance is often, though not always, quantifiable*.

about meeting the requirements completely" et même pour un objet simple, le nombre de fonctionnalités attendues, dans le sens large est très étendu[181].

Max Bill propose encore un autre avantage au design fonctionnaliste, une pérennité; "*why this neutral form? My answer is that these neutral, functional forms are the most beautiful ones; because they are exempt from the vagaries of fashion they are more enduring and in their way they become characteristic of the type of object.*[182]" Mais cette pérennité et cette valeur archétypales liées à l'expression de la fonctionnalité ont seulement la pérennité de la technologie qu'elles expriment. (Sudjic, p30)

La fonctionnalité en tant que qualité apportée à un objet est très présent dans le discours du design depuis plus d'un siècle. Elle contient, en réalité, de nombreux facettes, résumées, de façon non-exhaustive, par la table ci-dessous:

1	***utilitaire,*** *facile à utiliser et à réparer*
2	***simple****, sans fioritures, sans décoration superflue, rejet de la décoration*
3	***rationalisé,*** *facile à produire / actions rationalisées, épargnant le temps (time-saving)*
4	***inspiré des méthodes de production***
5	***inspiré de la simplicité de la nature***
6	***réduisant le besoin de main d'oeuvre***
7	***standardisé,*** *en termes de gout, de forme/langage, faisant abstraction éventuellement des matériaux, des lieux*
8	***neutre, facile à juger*** *- une qualité moins équivoque que la beauté pour le design, quantifiable*
9	***pure*** *(en termes morales)*
10	***moderne****, liée à la machine, aux progrès industriels, au rejet de certains styles flamboyants, décorés*
11	*formes fonctionnelles sont* ***plus belles, et exempte des effets de mode***
12	***pérenne*** *car neutre - mais limité par la pérennité des technologies exprimés, du langage*

Tableau 1,6. *Certains facettes du fonctionnel comme qualité d'un objet*

[181] L'exemple de Bill est la table, dont les fonctions sont; *to eat, not to wobble or vibrate, to stand firm, not to be too heavy, seat varying numbers, have a surface adapted to different uses but always look good, be small, be extendable, be in a corner or the centre of a room, be able to take apart and be beautiful…*

[182] Bill; The basics and the aim of aesthetics in the Machine Age, 1953

1.5 Exprimer l'avenir et faire rêver du futur

Beim design geht es nicht darum, funktionelle Formen zu verzieren, sondern darum, Formen zu finden, die dem Charakter des Objekts entsprechen und neue Technologien zur Geltung bringen.[183]

Cette citation vient de Peter Behrens (1868-1940), un des candidats possibles pour le titre du premier designer industriel[184]. Une traduction possible serait "le rôle du design n'est pas de décorer des formes fonctionnelles, mais de trouver des formes qui expriment le caractère des objets et de mettre en valeur les technologies nouvelles." En premier lieu cette citation de Behrens contient l'idée que la forme fonctionnelle n'est pas à décorer, ce qui correspond bien à l'esthétique de simplicité prônée par le Deutsche Werkbund. La fin de la citation confirme un élément qui devient par la suite très présent dans l'histoire du design de la première moitié du 20e siècle. Le design sert à donner un langage pour exprimer les nouvelles technologies et leur modernité, de les mettre en valeur. Midal (2009) écrit que l'architecture de Behrens pour les usines et entrepôts "s'inspire de l'esthétique industrielle et sert à la fois l'image de la modernité souhaitée par l'entreprise, tout en simplifiant sa chaine de montage, sa production et donc le travail des ouvriers" [185]. Un travail de design fonctionnaliste, mais aussi porteur d'image de modernité liée à la technologie.

Le Crystal Palace (en 1851) exprimait déjà le ton de modernité, de progrès et une confiance dans les possibilités d'une technologie industrialisée (Raizman, 2004). Le bâtiment répondait bien à ce que le monde était sensé apprendre de la Grande Bretagne lors de l'exposition "*…a broad, robust, masculine industrial system based upon the demands of the masses and directed to the supply of their chief wants all over the world*".[186] Le bâtiment était suffisamment important dans l'expression de la modernité et dans le succès de l'événement pour être copié de façon plutôt fidèle par les Américains pour leur propre "*Exhibition of the Industry of All Nations*" en 1853.

---

[183] Behrens, cité dans la site de AEG, aeg.com accédé aout 2016

[184] Midal 2009, et le site de AEG, aeg.com l'appelle "*Der Vater des industriellen Designs*". Behrens, architecte et peintre, est un des douze artistes et architectes qui avec 12 industries de Munich, fondent le Deutsche Werkbund en 1907. Behrens a aussi travaillé à la réforme de l'enseignement artistique à l'académie de Dusseldorf avant d'être nommé directeur artistique de la marque Allemande AEG (Allegemeine Electrische Gesellschaft). Le travail de Behrens pour AEG couvre le design des produits, l'identité graphique, le packaging et l'architecture des usines dans une esthétique de réduction, simplicité, géométrie et de peu d'ornements.

[185] Midal 2009

[186] The Times, 6 juin, 1851, cité par Ursula Lehmkuhl, dans *Creating Anglo-American Friendship, 2005*

Il est à noter que le Crystal Palace et les premiers objets dessinés par Behrens pour AEG exprimaient la modernité, l'innovation et les technologies nouvelles, tout en gardant certains éléments ornementaux. Le langage de la modernité développé au début du 20e siècle et par la suite, s'exprimait non seulement par les matériaux et procédés de fabrication, mais également par une simplicité formelle, l'emploi très pur des matériaux et une mise en forme démonstrative des méthodes d'industrialisation. Peut-être, comme le suggère John Heskett (2002, p.26), la revendication pour des formes géométriques et épurées était en réalité plus significative en tant qu'idéologie du rôle du design dans une société industrialisée, plutôt que le reflet des caractères innés des méthodes de production. C'était une métaphore puissante pour la forme idéale de l'ère mécanisé[187].

La chaise Thonet, Modèle No14, introduit en 1860 et réduite à six pièces de bois cintré, 10 vis et 2 rondelles (Rawsthorn, 2013) était un précurseur de ce langage, avec une différence de taille qui était l'emploi du bois, qui pouvait encore évoquer un travail d'artisanat, tout en possédant des formes liées à la machine avec une promesse de robustesse. Ce Model No14 "*proved to be surprisingly enduring, possibly because being neither wholly industrial nor wholly folkloric, but a little of both, made it too elusive to date easily*" (Rawsthorn, op cit.). Malgré cette ambiguïté, qui a probablement contribué à sa longévité, elle exprimait des valeurs suffisamment "modernes" pour être choisie par Le Corbusier et Pierre Jeanneret pour l'intérieur moderne conçu et présenté pour l'Exposition Internationale des Arts Décoratifs à Paris en 1925.

Plutôt que le bois cintré, un des matériaux emblématiques de la machine et du Mouvement Moderne était l'acier en tube cintré. Dans les années 1920, Marcel Breuer, Mart Stam et Mies van der Rohe développent tous les trois des chaises "cantilever" en acier tubulaire cintré (Sudjic, 2008) Ces produits sont devenus des icônes du design moderniste et ont générés un langage formelle, même si leur production au départ n'était pas forcement très industrielle[188]. Il s'agissait d'un vocabulaire de formes prêt à être standardisé (Midal, 2009) dans des matériaux visiblement de l'époque. Midal cite un article manifeste dans le revue *The Studio* en 1929 de Charlotte Perriand (1903 - 1999) intitulé "*Wood or Metal*" dans lequel elle préconise l'utilisation du metal en remplacement du bois. "C'est un matériau nouveau, le matériau qu'on devrait employer, propre à résoudre les problèmes de l'homme nouveau, l'homme qui comprend son époque et qui

---

[187] Ou encore Frank Lloyd Wright, en 1901, "*…invincible, triumphant, the machine goes on, gathering force and knitting the material necessities of mankind ever closer into a universal automatic fabric; the engine, the motor, and the battleship, the work of art of the century*" cité par David Gebhard, The Moderne in the US. 1920 - 1941, Architectural Association Quarterly, July 1970

[188] Et même probablement beaucoup moins que l'était la production des chaises Thonet

la vit". La préférence pour des matériaux durs, non absorbants avec des formes sans fioritures avait peut-être aussi un lien avec le mouvement hygiéniste, important à la fin du 19e siècle[189], selon Fisher et al. "*Progressive modernist designs therefore intertwined the abstract rhetoric of hygiene with the actuality of performance - these were designs that both looked clean and were clean*". Cette modernité matérielle des objets exprimait, au délai de la technologie, les valeurs de l'homme moderne et la résolution de ses problèmes.

La même idée est présente dans l'exposition "Machine Art", au MOMA en 1934. Philip Johnson[190] écrit dans le catalogue éponyme que "*Conscious design and the development in machine building have fused and the twentieth century restores the art of making machines and useful objects to its place, as a technic of making rapidly, simply and well the useful objects of current life*." Il s'agit pour Johnson d'une évidence de la liaison "*design et machine*" comme réponse correcte au besoins de la vie moderne.

Ce langage du "*unquestionably modern*" (Rawsthorn, p95) est employé et popularisé par Dieter Rams chez Braun.[191] Le premier produit conçu par Rams du début à la fin est un tourne-disque et radio nommé le SK4 (avec comme surnom "*Snow White's Coffin*"). Ce produit se démarquait de la concurrence de l'époque[192], avec une structure visible en tôle d'acier laqué en blanc, des boutons organisés en lignes droites, tous de la même taille, et un couvercle en acrylique transparent pour pouvoir voir les contrôles et le plateau de disque. Ce que Rawsthorn appel un "*icy aesthetic*" était une tentative de créer des objets pérennes; "*perfect objects that could defeat fashion and overcome the passing of time by defying visual redundancy*" (Sudjic, 2008).[193] Un des composants de cette esthétique est un certain sérieux ou rigueur intellectuelle. (Sudjic, 2008) Un résultant de l'application de cette esthétique est une famille d'objets qui n'expriment pas le divertissement.[194]

Si les produits sur lesquels un langage moderne a été appliqué ne sont pas toujours tous très pérennes, leur influence sur l'histoire du design l'est certainement plus. En 1983, au

---

[189] Fisher T., Cooper T, Harmer L, Salvia G. and Barr C, The relationship between ideas about cleanliness and actions that affect product longevity, in PLATE, 2015. Avec reference au livre d'Adrien Forty, Objects of Desire

[190] https://www.moma.org/documents/moma_catalogue; Alfred H Barr, directeur du MOMA cite Platon, Philebus dans le catalogue: *"By beauty of shapes, I do not mean, as most people would suppose, the beauty of living figures or of pictures, but, to make my point clear, I mean straight lines and circles, and shapes, plane or solid, made from them by lathe, ruler and square. These are not, like other things, beautiful relatively, but always and absolutely."*

[191] Dieter Rams, de formation d'architect, commence à travailler pour Braun en 1955, d'abord sur des projets architecturaux et puis sur du design produit avec Erwin Braun, un des fils du fondateur de la société de composants électriques.

[192] employant encore des langages des mobilier classique voire antique (Rawsthorn, p95)

[193] Comme mentionné précédemment, et selon Sudjic, Rams à tenté de "put design beyond fashion and time" mais en finale il a crée des objets dont l'espérance de vie était limité par leur technologie. Les radios et calculettes de Braun ont été remplacés par des catégories d'objet complètement nouvelles.

[194] Huyghe, date, p58, Poussées Techniques, Conduite et Découverte in *A Quoi Tient Le Design*

International Design Conference à Aspen, USA, Steve Jobs disait qu'il avait l'intention de rendre les ordinateurs de sa marque Apple "*beautiful and white, just like Braun does with its electronics*" (Rawsthorn, 2013) et Jonathan Ive a utilisé un langage très proche de celui de Dieter Rams pour donner du sérieux aux produits comme le I-Phone de Apple.[195] Il faut néanmoins noter que Rams disait vouloir[196] créer des produits capable de disparaitre, or les objets tel l'I-Phone sont aussi conçu pour susciter l'envie, pousser à de multiples manipulations et être au centre de l'attention.[197]

En parallèle, aux Etats Unis à partir des années 1920, avec le développement et l'établissement du style moderne, une autre façon d'exprimer la modernité industrielle et la machine prenait forme, le "*Streamline*"[198]. Le Streamline en termes de design était une expression épurée du mouvement[199], masquant les composants mécaniques pour rendre les produits plus attractifs tout en évoquant la puissance. Lees Maffei[200] parle d'un "*expressive exuberance and technological romanticism of 1930s American Design*", qui est utilisée par la première génération de designers industriels américains; Norman Bel Geddes (1893 - 1958), Henry Dreyfuss (1904 - 1972), Walter Dorwin Teague (1883 - 1960) et Raymond Loewy (1893 - 1986).

La position de Dreyfuss était plus ambiguë, le style était pour lui un témoignage "*of the strange detours taken by inexperienced early pioneer designers*", mais il défend le "*clean, graceful, unencumbered design*" sans "*useless protuberances and ugly corners*", préférant parler de "*clean-lining*". (Dreyfuss, op cit, p75). Il serait moins question de message et plus, pour lui, de manière à traiter harmonieusement les formes.

En 1934, le Streamline et le Modernism fonctionnaliste de l'Europe ont pu être comparés et débattus lors de deux expositions simultanées à New York; l'exposition Machine Art au Museum

---

[195] "For the latest generation of its products Apple has borrowed a formal uniform that suggests modernism, integrity and high-minded seriousness (as opposed to the playfulness of all that citrus-fruit-coloured plastic it used to sell". Sudjic, p16

[196] Sudjic, 2008, p7 note que Rams décrivait des razors et mixers de Braun comme des "English Butlers", discrètement invisible hors besoin mais toujours prêts pour fonctionner parfaitement.

[197] Donc du sérieux pour cacher ou dédommager du futile?

[198] Tout comme l'expression "*Form (ever) follows function*", "*Streamlining*" n'est pas un terme inventé par les designers de l'époque. Cette expression, associée de très près au travail surtout de Bel Geddes et Loewy, vient au départ d'une reflexion sur la nature. A l'origine de "streamlining" est le livre très influent du biologist et mathématicien écossais D'Arcy Wentworth Thompson (1860 - 1948); "*On Growth and Form*" décrivant des structures organiques qui offrent le moins de résistance lors du mouvement, et le concept de la manière dont un medium fluid à tendance à imprimer ses lignes de flux ("streamlines") sur un corps deformable.

[199] Carroll Gantz, 2014, The Founders of American Industrial Design; citant Wentworth Thompson; "*organic structures that offer the least resistance when they are in motion*" et un "*fluid medium tends to impress its "stream lines" on a deformable body*". Un commentateur de l'époque de la sortie du livre note; J. P. McM[urrich]", reviewing the book in Science in 1917, wrote that "*the book is one of the strongest documents in support of the mechanistic view of life that has yet been put forth*". Il s'agit effectivement d'un lien entre le mécanique et mathématique et les formes de la nature, et la possibilité de calculer les formes efficaces de la nature (e.g. série Fibonacci) et le pourquoi des formes des êtres et phénomènes physiques naturels.

[200] Lees-Maffei, 2015; Streamlined Pencil Sharpener, in *Iconic Designs: 50 stories about 50 things,* Bloomsbury, London

of Modern Art, et le Industrial Arts Exhibition au Rockefeller Center, une exposition organisée par le National Alliance of Art and Industry pour célébrer "*the emergence of an American style uniting beauty and sales value*".[201] Le streamline était aussi un style national, avec des notions de protection dans ses rondeurs et machinerie cachée (Meikle, 2010). L'exposition "Industrial Arts" démontrait pour un journalist du New York Times de l'époque[202] que "*there is a trend towards a national style, an adaptation to American conditions of living*". Le streamline était très lié à un design commercial avec une image positive et optimiste de l'industrie et du progrès. La capacité de l'esthétique du Streamline à exprimer la puissance et l'avenir était également exploité, parmi d'autres langages, par le régime Nazi[203].

Le design émergeant dans les années 30 aux Etats Unis avait la capacité de faire rêver d'un avenir technophile et idéalisé. L'exposition universelle de New York de 1939 est consacrée au futur et sensée célébrer l'ampleur et la vivacité de la modernité américaine (Midal, p73) contenant des pavillons conçus par chacun des grands designers américains déjà cités. Le Futurama pour General Motors par Bel Geddes était le "*smash hit among the corporate displays*".[204] Le projet Futurama cherchait a donner une vision du monde en 1960, offrant aux visiteurs l'experience de visiter ce nouveau monde, un environnement total, pour susciter une réponse émotionnelle proche de celle que Bel Geddes visait autrefois dans ses productions théâtrales (Marchand, 1995).

Bel Geddes lui-même écrit dans le guide presse de l'exposition de 1940, (cité par Marchand) "*the desired emotional audience response must arise not only from the beauty of the forms aligned with their purposes but also from the kinds of deception routinely justified in the theater to add to the spectators' pleasure.*" Cette citation semble confirmer que Bel Geddes restait dans un processus de design de forme et de fonction, mais qu'une des "fonctions" du Futurama était de générer du plaisir (Midal, p73 - 75). Le Futurama a probablement contribué à générer un soutien populaire pour des "*massive and expensive superhighways that would assure an expanding market for automobiles*" comme le déplore Adrian Forty (*op cit*). Le design a, selon lui, "*a capacity to cast myths into an enduring, solid and tangible form*".

---

[201] voir Jeffrey Meikle, "Designing the Machine Age in America: Streamlining in the 20th Century," 2010 pour des arguments détaillé autour du streamline.

[202] Maffei, citant Edward Alden Jewell. "High Spot of the Week: Industrial Art NYT, 8 April 1934"

[203] Paul Betts; The Authority of Everyday Objects - A Cultural History of West German Design, 2004, University of California Press. Déjà critiqué par des designers Allemands d'avant guerre comme déshonnête et irresponsable, après-guerre le style était considéré comme "*wasteful, deceitful and even overtly militaristic*".

[204] Roland Marchand, Designers go to the Fair, in *Design History: An Anthology*, Doordan 1995) Norman Bel Geddes est peut-être le designer de l'époque qui a le plus réussi à materialiser des visions positives et séduisantes de l'avenir. Tout comme Dreyfuss, Bel Geddes a commencé sa carrière en tant que designer de théâtre, devenant designer industriel en 1928. En 1932, Bel Geddes publie le livre "*Horizons*" qui présentait des projets futurists de transportation, proche du science fiction.

Cinquante ans plus tard, le design est encore employé pour exprimer la modernité et les valeurs nationales mais, forcément, à partir de leviers très différents. Sudjic (2008, p71) commente les cas des billets de banque des années 90 ou "*Designing a bank note involves working a complex piece of magic. In part it attempts an evocation of national identity*", mais aussi des signaux de valeur tels la précision, la qualité de production et la modernité. Les billets de banque Suisse en format portrait plutôt que paysage illustrent une forme de modernité par une disruption de code. Les billets de banque néerlandais des années 90 démontrent une volonté du gouvernement de promouvoir une image non-conventionnelle. Plutôt que présenter des figures héroïques, les billets montrent des objets très variés de tous les jours, une bécassine, un phare, une fleur, et pour les marques d'authenticité les designers ont eu le droit d'intégrer encore plus d'éléments incongrus de leur quotidien[205]. Les billets de Guilder dans les poches des Néerlandais des années 90 confirmaient et renforçaient des qualités nationales chères d'anti-conformisme et d'anti-autoritarisme.

Reprenant la citation de Forty, le design et les objets peuvent rendre tangibles les notions de modernité, de futur, des nouvelles technologies et, à leur tour, évoquer ou rendre familier de nombreuses autres qualités dont la table ci-dessous dresse une liste non exhaustive.

1	*exprimer des* ***technologies nouvelles***
2	*évoquer des* ***nouvelles modes de production et de l'industrialisation***
3	*exprimer la modernité en tant que* ***sérieux, possédant un rigueur intellectuel***
4	*exprimer la modernité en tant que* ***pur, parfait, blanc, clair***
5	*l'****utilisation de certains matériaux*** *plutôt que d'autres, le transparent, le métal*
6	*exprimer la modernité en tant qu'****optimisme, mouvement, puissance***
7	*exprimer la modernité en tant qu'****anticonformisme, de disruption***
8	*symboliser une* ***fierté nationale de modernité***
9	***rendre acceptable la machine, masquer les composants mécaniques***
10	***adoucir la machine, "cleanlining", de la protection par des rondeurs***
11	***créer des mythes/récits du futur***
12	***créer des fictions technophiles,*** *rêves, plaisir, expériences*
13	***générer du soutien publique pour l'automatisation*** *et l'ère de la machine*

Tableau 1,7. *Certains facettes du moderne ou futuriste comme qualités d'un objet*

[205] Billets dessinés par J.J.Kruyt et RDE Oxenaar en 1986. Ce dernier commente en 1987 lors d'une conférence ICOGRADA (rgaros.nl/money/oxenaar) qu'il y figure même un lapin "*It was a rabbit belonging to my girlfriend and this is a small monument…Everybody has to walk around with my rabbit in their pocket*".

1.6 *Good Design*; l'intégrité et l'honnêteté

L'histoire du design ne peut pas être réduite à une simple chronologie et encore moins à une évolution linéaire d'idées et de mouvements. Très vite après les débuts du design lié à la production de masse des objets du quotidien, co-existent des mouvements en contradiction et en réaction les uns aux autres. Ainsi, en même moment que la naissance du design lié au rêve d'un futur technologique, il y a des deux côtés de l'Atlantique un mouvement pour un "Good Design"; un design honnête et moral qui serait à l'opposé du mouvement Streamline et du futurisme de l'exposition universelle de New York.

A partir des années 1930, le design commence à être une activité suffisamment reconnue et établie pour se questionner et tenter de mieux se définir[206]. En 1935, la même année que la sortie de la version anglaise du livre de Walter Gropius (directeur et fondateur de l'école Bauhaus), *The New Architecture and the Bauhaus*, le magazine Architectural Review sort un "*Compendium of good design in articles of everyday use*" pour son édition de Noel.[207] Deux autres livres de la même époque, *Art and Industry* de Herbert Read (1934) et *Industrial Design and the Future* de Geoffrey Holme (1934) sont des explications détaillés et sérieuses de l'activité du design. Dans le deuxième livre, Holme écrit "*The enthusiasm for a style or for decoration devoid of purpose or restraint, produces freaks which may be temporarily popular but soon become objects of contempt.*" Le "*Good Design*" prôné par ces auteurs est en réaction au design consumériste lié à la séduction et à la mode et reste proche d'un idéal moderniste soutenu par Pevsner. Une réaction à ces deux livres et à leur message montre que ces "*pioneers*" n'ont pas toujours trouvé un écho favorable. Un critique dans le Journal of the Royal Society of the Arts, Sept 28, 1934 cite "*an article by Mr Herbert Read, expressing perfectly, and with conviction, the false philosophy of function. How depressing it read! How sterile it is!*"[208]

---

[206] En 1936, Nikolaus Penser (1902 - 1983) sort son célèbre "*Pioneers of Modern Design*" qui retrace les racines du design contemporain, un premier livre sur l'histoire du design. En 1930 la *Society of Industrial Artists* (qui deviendra la *Society of Industrial Artists and Designers* en 1963, et puis le *Chartered Society of Designers* en 1976) est fondée à Londres. Les premieres agences de design britanniques apparaissent comme le Bassett - Gray Group of Artists and Writers (1934). L'agence multidisciplinaire comme les agences américaines change rapidement de nom pour devenir le *Industrial Design Partnership* en reflet de l'activité qui devient industriel et non seulement artistique. En 1933, en Angleterre, le BBC crée une emission, Design in Daily Life, une série d'entretiens avec des designers et des écrivains du design.

[207] Nikolaus Pevsner, An Enquiry into Industrial Art in England, 1937

[208] Article de Journal, review, dans Royal Society for the Encouragement of Arts, Manufactures and Commerce. L'auteur compare les textes et propos de Holmes et Read avec un "admirable short essay by Mr Aldous Huxley (*Functional or Ornamental, 1934*)… "*For the designers of the past a purely ornamentless art was unthinkable…Why should this state of things have changed?…we have made an aesthetic virtue out of an economic necessity - or merely an economic convenience. Like the tailless fox in the fable, we have proclaimed that our altogether abnormal lack of taste for ornament and/or an ornamental style is a mark of superiority*".

Le “bon design” prôné par la série d’expositions *Good Design* du MoMA entre 1950 et 1955[209] contenait, en partie, les mêmes principes de réaction au superflu et à la décoration. Les objets sélectionnés par le conservateur du département design du MoMA, Edgar Kaufmann Jr. et estimés significatifs du *Good Design* devaient être ingénieux, utiliser les méthodes de production et les matériaux de leurs temps à des coûts abordables. Kaufmann écrivait également que ce design, considéré de qualité, de biens de consommation courante, était en réaction au “*superfluous streamlining and superficial styling of many American products, portraying such undesirable characteristics as encouraging obsolescence and stimulating the cycle of production*”[210].

Le programme d’expositions du MoMA dut s’arrêter au bout de cinq ans car les objets sélectionnés par Kaufmann était jugés trop limités, trop fonctionnalistes, tous du même vocabulaire formel et peu en adéquation avec le regain d’optimisme économique de l’époque. Les critères clefs pour les objets des expositions *Good Design* étaient “*excellent appearance*” et “*progressive performance*” (Rawsthorn, p50). Mais comme ses prédécesseurs au MoMA, Kaufmann s’était peut-être trop attaché à un style et un langage standard “moderne”[211].

Le concept de *Good Design* précède, en réalité, les expositions du MoMA. John Gloag (1896 - 1981), écrivain et critique britannique, utilise le terme dans *The Utility Furniture Catalogue* en 1943 auquel il a participé. Le programme “*Utility*” démarre en 1942, avec comme but la régulation du design du mobilier pour la population civile en Angleterre afin d’assurer “*the best use of source material and labour in a time of national emergency*”[212]. Dans le contexte de la fin de la deuxième guerre mondiale, le *Utility Scheme* était aussi un “*singular experiment in the use of design as a vehicle to enforce rationalisation in the production and fair distribution of essential goods*” (Attfield, 1997). Comme aux Etats Unis, le programme visait également à éduquer le public en proposant un design de qualité. “*(H)ousehold goods can be both cheap and good…we have to get rid of the fallacy that machine-made articles must necessarily be unpleasant in form and repulsive to good taste*.” Ou encore “*We do not believe that the public’s taste can be properly assessed as long as the choice available is between one poor design and*

---

[209] Midal, p114. Ces expositions, très influentes, constituent un événement très largement relayé par la presse mais également suivi par le public, car ayant lieu au même temps au MoMA et dans un grand magasin de Chicago.

[210] Edgar Kaufmann, Borax—or the Chromium-Plated Calf, 1948, Architectural Review

[211] Terry Smith, Pure Modernism Inc, in Making the Modern: Industry, Art and Design in America. University of Chicago Press, Chicago 1993. Smith cite Alfred H. Barr du MoMA, qui vantait “*the finest possible proportions and the handsomest textures*” et encore “*the modern machine-made object approaches far more closely and more frequently those pure shapes the contemplation of which Plato calls the first of the ‘pure pleasures.’*” (Preface de l’exposition Machine Art, 1934)

[212] Judy Attfield, Good Design By Law: Adapting Utility Furniture to Peacetime Production, Domestic Furniture in the Reconstruction Period 1946 - 56, in P.J. Maguire and J.M. Woodham, eds. Design and Cultural Politics in Post-war Britain, Leicester University Press, 1997

another"[213] Les deux citations abordent la question de "bon goût" face aux objets et au design de piètre qualité devenus courants. Elles témoignent aussi de l'importance de rendre acceptables les objets de fabrication industrielle. Le *Utility Scheme* a dû s'arrêter en 1952, car les meubles ne se vendaient plus, malgré des prix favorables par rapport aux autres modèles disponibles.[214]. Les gammes de mobilier *Utility* étaient un modèle d'intelligence rationnelle, mais étaient peut-être aussi finalement rejetées car associés à la privation et à la pénurie de la guerre et à une certaine imposition de bon goût par l'elite (Sudjic, p26).

Dans ce contexte, il est intéressant de citer le livre "*Design in British Industry*" de 1955 de Michael Farr, qui reconnaît dans son introduction que le public est peut-être lassé par les "*exhibitions, the lectures, the questionnaires and all the propaganda on behalf of the Modern Movement in the 1930s*." Il donne, au moment où le *Utility Scheme* et les expositions *Good Design* du MoMA ont cessé d'exister, une définition plus nuancée du bon design, qui doit être démocratique, social mais sans pour autant imposer des standards:

> *"In order to begin the discussion I am asking the reader to agree that the articles in his home do not all conform to one standard of design…(W)e must be able to judge designs according to our preferences. The chief of these is personal ; the others, social ethical, moral etc need not detain us here. When we judge a design we estimate its value to us according to our likes and dislikes…(t)he question of industrial art is a social question, it is an integral part of the social question of our time."*

Le "Good" de "Good Design" peut avoir de multiples sens et peut être source d'ambiguïtés comme nous avons vu plus haut. Alice Rawsthorn cite le travail de Jasper Morrison et Naoto Fukasawa qu'ils nomment "*Supernormal*"; Un objet "*super-normal*" est "*useful, appropriate, modest, robust, enduring and, as Morrison put it, should radiate something good.*"[215] Les critères notés ici évoquent la nature intangible et tangible du "*Good*" design, un intangible constitué d'éléments plus tangibles comme l'utilité, la robustesse… Parmi des objets choisis par Fukasawa et Morrison se trouvent des designs de Sori Yanagi. Ceux-ci suivent des principes de son père Soetsu Yanagi, qui était proche des valeurs du mouvement Arts and Crafts, les objets avec

---

[213] Percy A Wells, designer de mobilier affilié au *Design and Industries Association*, et le *Working Party Report on Furniture* de 1946, in Attfield, op cit

[214] Pour Attfield (p101) "*Utility designs may have had the morally hygienic effect that the design reformers would have wished of teaching abstinence from conspicuous consumption; but the wartime Utility designs cannot be said to have been, in any sense, appealing to majority taste*".

[215] Rawsthorn, p54, citant Naoto Fukasawa and Jasper Morrison, *Super Normal: Sensations of the Ordinary,* Baden, Switzerland: Lars Müller Publishers, 2007).

"*simple, solid virtues*"[216] Les mêmes notions de vertu et de simplicité ont étés commentées lors des succès des machineries et des outils Américains lors de l'exposition du Crystal Palace en 1851. Des commentateurs de l'époque ont fait un parallèle entre les objets utilitaires Américains, expression d'un peuple industrieux, et les objets inutiles, trop ornés, d'une société Britannique devenu corrompue et paresseuse "…*England, where so many jealousies and prejudices are to be overcome*". (N.Y. Times, Oct 31, 1851, in Lehmkuhl, 2005). La machinerie et outils américains étaient perçus comme résultant de la "*democratic way of life*" américain (Lehmkuhl, 2005). En d'autres termes, l'utilitaire comme qualité d'un objet avait la capacité d'exprimer des vertus bien au-delà du contexte d'utilisation de l'objet, comme des qualités morales, d'innovation démocratique voire d'image nationale.

Le Good Design, comme les objets "*Super Normal*", prônent une modestie ancrée dans le quotidien. Dans *Design in British Industry* (1955), Michael Farr décrit comment les objets "*meretricious…vulgar…boastful*" permettent "*a kind of escapism*". Pour illustrer une partie de l'activité du design de l'époque, une des premières agences de design industriel établie en Angleterre dans les années 40 s'appellait "*The Design Research Unit*", un nom, selon Sudjic (p26, 2008) "*calculated to suggest that it was a branch of the Welfare State more than any kind of commercial activity, even though it was actually started as the subsidiary of an advertising agency.*" Le design de cette époque devait évoquer un composant moral et sérieux.

Les notions proches sont commentées par Paul Betts (2004) au sujet du *Gute Form*. Dans l'Allemagne d'après-guerre le *Gute Form* en design représentait une nouvelle culture industrielle basée sur la moralisation du matériel. Dans ce processus, le Bauhaus était une partie importante de cette réhabilitation du design Allemand, popularisé dans la sphère domestique par le style appliqué aux intérieurs, au mobilier et au graphisme[217].

Le design Moderne des objets de tous les jours pouvait être une expression tangible et visible du "*Wiedergutmachung*"[218] et une forme de mode de vie "honnête". Selon Betts, le design Allemand entre 1925 et 1965 n'a pas beaucoup changé, contrairement au sens culturel donné au design et aux objets.

L'honnêteté est mentionnée déjà comme principe de design par Christopher Dresser (1873). Dans son "*Principles of Victorian Decorative Design*" Dresser écrit;

---

[216] ibid, p54. Le mouvement *Mingei* au Japon, fondé par l'écrivain Soetsu Yanagi dans les années 20 célébrait "*les virtus simples et solides des objets quotidiens et faits-main mis de coté au Japon depuis la revolution industrielle*."

[217] Voir Betts, op cit, p178 - 212 et conclusion pour une discussion détaillé sur la volonté d'une "bonne forme" de design Allemand

[218] Réparation ou "*making good again*" Betts, citant Klaus-Jurgen Sembach

> *"The untrue is always offensive; but when a special effort is made at causing a lie to appear as truth, a double sense of disappointment is experienced when the untruthfulness is discovered."*

L'exemple donné pour illustrer cette notion de "*untrue*" est une table à manger extensible dont la structure brisée manque de simplicité et de robustesse et donne un "*sense of insecurity… eminently unpleasant*" (Dresser, p66). Un point à noter est que le manque de vérité passe par des ressentis qui sont de l'ordre du toucher, de la manipulation et pas seulement de la vue.

La vérité comme élément constitutif du Good Design est nommée "intégrité" par Alice Rawsthorn. Elle liste comme composants possibles de l'intégrité: l'honnêteté, la clarté, la sincérité, la décence, l'incorruptibilité et le "*soundness*". Tout comme la vérité, l'intégrité appliquée à des objets reste une valeur qui en contient plusieurs. Il est (peut-être) possible de différencier l'intégrité symbolique et l'intégrité structurelle.[219] Il est important de garder en tête qu'un manque d'intégrité structurelle, par exemple, la table extensible avec sa structure fendue, peut influencer l'intégrité symbolique. La table ment, elle cache sa fonction. Un niveau de l'ordre morale est impliqué. Surtout dans le cas des objets, l'intégrité, comme l'authenticité et l'honnêteté, sont aussi dépendantes du contexte. En 1841, Pugin exprime l'idée que "*there is a moral authority imbued in the imperative prescribing "honest expression of the spirit of the times*"[220]. L'honnêteté doit aussi respecter un contexte temporel. Attfield (1997) note que la gamme de mobilier "Utility" a donné aux designers l'opportunité de classer certain types d'objets comme "essentiels" au cadre ou contexte de vie domestique de l'époque.

L'intégrité structurelle est un composant dont il est possible de trouver de bons exemples à l'époque du Good Design promu par le MoMA. Dans ses expositions, Kaufmann a exposé le travail du couple Charles et Ray Eames. Leur travail illustre très bien ce composant, tout en illustrant comment cet aspect physique peut devenir aussi un symbole d'intégrité et de moralité. Le couple Eames était à l'époque en train d'explorer les qualités structurelles et les possibilités d'industrialisation de la mise en forme de bois de bouleau contreplaqué[221]. En 1942 ils ont développé une attelle pour la Marine américaine, fine, transportable et facile à stocker à plat, mise en volume et ajustée sur la jambe blessée par une série de bandes de tissu" (Midal, p115-116). L'objet était hautement fonctionnel, avec une utilisation très approprié de nouveaux

---

[219] Robert Grudin, *Design and Truth*, 2011

[220] Fallan, (2009) Journal of Design History, Vol.22, No.2

[221] Pour expérimenter et développer leur contreplaqué, le couple Eames utilisaient le bois de plaquage qu'ils recollaient pour créer cette nouvelle matière.

matériaux et procédés industriels. Grudin (2010) commente que pour les Eames, "*a design is defined and dignified by use itself*".

Une même approche utilitaire, liée à des procédés et matériaux nouveaux, est présente dans le mobilier robuste et léger en tôle plié de Jean Prouvé (1901 - 1984) dont la production industrielle atteint une grande échelle dès les années 1930. Comme le couple Eames, l'approche de Prouvé était basée sur la conviction que la création industrielle ne progresse pas par d'énormes bonds mais plutôt à travers des modifications graduelles et le soin apporté aux adaptations.[222]

Les exemples d'intégrité dans le design de Prouvé et du couple Eames passent par une lisibilité de l'emploi de certains matériaux et procédés industriels, et l'adaptation, lente, itérative, aux besoins humains. Les exemples de Yanagi ou les écrits de Ruskin et de son élève William Morris sont basés également sur la lisibilité du travail de l'artisan, et donc de l'homme derrière l'objet. Une autre manière de rendre lisible l'homme dans les objets de son environnement est de l'impliquer dans les solutions qui le concernent. Ces idées sont explorées dès les années 1960 par Joe Colombo (1930 - 1971), qui cherchait à impliquer l'homme dans la construction et l'adaptation de son environnement domestique: en proposant des éléments de mobilier anonymes, adaptés à une production de masse, personnalisables au moment de leur assemblage (Midal, p157). Le "*Additional Living System*" de 1967 permettait à l'utilisateur de reconfigurer des cousins moulés en polyuréthane. Le Tube Chair de 1969 poussait plus loin des idées de "*self-assembly*"(Midal). L'évolution des ces principes se trouve aujourd'hui dans les objets "*Hack-able*"[223], et dans la lisibilité de leur capacité à être modifiés et adaptés par les utilisateurs eux-mêmes.

L'exemple de *Good Design* du 21e siècle donné par Rawsthorn (2013) dans un chapitre titré "*Why Good Design Matters*" sont des prothèses de jambe développées par et pour des personnes amputées.[224] Il s'agit d'objets très utilitaires, exemples de co-design très réussis, avec une intégrité forte à la fois symbolique et structurelle et avec une très forte implication des destinataires concernés.

Le mouvement du *Good Design* dans les années 40 n'a pas été un succès complet, en partie, à cause de modèles utilitaires qui ne correspondaient plus aux envies du grand public après des années de guerre et de pénurie. Le livre de Parr en 1955 suggère déjà un assouplissement des

---

[222] design.designmuseum.org, Jean Prouvé

[223] Même si le sens le plus connu est en lien avec une vulnérabilité avec les nouvelles technologies, ici il s'agit du sens de "bricolable", et faisable par soi-même, comme dans le terme "Lifehack". Voir par exemple: https://www.newyorker.com/tech/annals-of-technology/a-short-history-of-hack pour une discussion des sens du mot hack.

[224] Des prothèses développés par Aimée Mullins et Hugh Herr, dans Rawsthorn, p63 - 67

positions du Good Design et une reconnaissance des goûts individuels. L'important était d'établir des standards de qualité et non une standardisation (Rawsthorn, 2013). Clairement, le bon en design, et par extension le bon comme qualité d'un objet, n'est pas une question de langage formel. Il ne peut pas s'agir d'un "bon goût" imposé, ni des règles formelles trop limitées. Il est néanmoins possible de dresser une liste ouverte d'un certain nombre de points, évoqués ici, à la fois intangibles et tangibles qui peuvent qualifier le "bon" dans un design et dans un objet.

1	*être* ***simple, en style et décoration,*** *démontrer de la retenue*
2	*avoir un but*
3	*être* ***vertueux, voire morale (et ne pas encourager l'évasion, le rêve)***
4	***ne pas être lié au consumérisme*** *et à la séduction*
5	***ne doit pas stimuler des cycles de production****, d'obsolescence*
6	***faire partie d'une distribution juste, démocratique****, sociale (sans imposer des standards)*
7	*d'être* ***modeste, sérieux*** *(ne pas être superflu)*
8	*être* ***honnête****, d'être* ***vrai, authentique***
9	*être* ***essentiel, exprimer des modes de vie honnêtes***
10	*être* ***rationalisé, optimisé*** *dans le choix de matériaux comme de procédés de fabrication*
11	*permettre la* ***lisibilité des matériaux***
12	*posséder une* ***intégrité structurelle, être robuste, endurant, solide***
13	*être* ***adapté à l'environment, à l'époque***
14	*permettre la* ***lisibilité de la personne derrière l'objet*** *(artisan, facteur…)*
15	***impliquer le destinataire dans la conception****, l'adaptation et la modification de l'objet*

Tableau 1,8. *Certains facettes du "bon" (design) comme qualités d'un objet*

1.7 L'objet véhicule de signes (et de sensorialité)

Dans les années 1950, une génération de designers travaillant avec les restrictions et les principes du fonctionnalisme et du *Good Design*, commence à s'ouvrir vers un design plus expressif. Une version plus excentrique de l'esthétique pragmatique d'ingénierie des Eames est apparue au Festival of Britain en 1951. Produits dans les mêmes matériaux novateurs que les meubles du couple Eames, le contre-plaqué et l'acier, la série *Antelope* de Earnest Race (une chaise, un banc et une table) possède un cadre léger et bondissant (qui a inspiré le nom) et des pieds en forme de boule. Tous ces éléments ont injecté une note de folie dans le design.[225] La gamme de Race respectait les contraintes et restrictions imposées par le Utility Scheme mais exprimait un optimisme presque frivole[226]. Un autre designer britannique dont le travail exprimait l'optimisme ambiant, Lucienne Day, suggère simplement que "*everyone's boredom with wartime dreariness and lack of variety helped the establishment of this new and gayer trend*". Les motifs des designs de Day s'inspiraient des artistes comme Kandinsky pour évoquer de l'énergie et de la vitalité.[227]

Dans "*The Hot House - Italian New Wave Design*" écrit en 1984, l'architecte et designer Andrea Branzi[228] (1938 -) décrit la période des années 50 en Italie comme un moment de nouvelle liberté et de félicité. "*Italian design immediately after the war had a felicity all its own, as if it were seeking to resolve the world in an un-heard of manner, with a sudden wave of the sign*". A partir de la fin de la deuxième guerre mondiale et jusqu'aux années 80, le design explore la capacité des objets à exprimer des émotions, des messages, des controverses, à influencer et à jouer avec les comportements.

La chaise Antelope de Race contenait non seulement des références à l'animal léger du même nom, mais encore des références à l'imagerie atomique de l'époque (les pieds en boule) ainsi qu'aux chaises Windsor traditionnelles. Tout ceci évoqué avec une ligne générale fluide proche de l'univers de la bande dessinée. L'ensemble était donc fait de multiples références, de jeux avec des symboles et de légèreté.

Deyan Sudjic (2008) suggère que ce design de légèreté et de frivolité atteint une forme d'apogée avec le Nissan Figaro, présenté au Tokyo Motor Show en 1989. Une voiture, dont la forme, selon lui, semble sortie d'une bande dessiné des années 50. Il note que pour la première

---

[225] Heislinger & Marcus 1993: Landmarks of 20th Century Design

[226] design, designmuseum.org

[227] design, designmuseum.org, citant Day

[228] Branzi 1984

fois dans l'histoire du design transport, la voiture était traitée en tant que jouet plutôt qu'en pièce sérieuse de technologie.

Autant dans la chaise Antelope que dans la Nissan Figaro l'importance est donnée aux émotions. Une citation de John Ruskin de 1859[229] parle déjà de l'emotion dans le design:

> *"The best design is that which proceeds from the heart, that which involves all the emotions - associates these with the head, yet as inferior to the heart, and the hand, yet as inferior to the heart and head; and thus brings out the whole person."*

L'importance des émotions dans un design qui touche le coeur et la tête est au centre des mouvements de design successifs dans l'Italie des années 60 à 80. Les objets-outils répressifs et stériles du fonctionnalisme sont fortement critiqués (Branzi, 1984). Asger Jorn, peintre du mouvement nucléaire et théoricien influent écrivait que "les fonctionnalistes, en outre, ignorent la fonction psychologique de l'ambiance. De même que le café n'a aucune valeur pour la santé de l'homme, mais seulement une importance psychologique et sensorielle, de même la vue de l'extérieur des constructions et des objets qui nous entourent et que nous utilisons, a une fonction indépendante de son utilité pratique" (Midal, p153). Ettore Sottsass (1917 - 2007), designer actif depuis la fin des années 50 en Italie et fondateur du groupe Memphis, exprime sa volonté de "reconstruire, entre l'homme et les objets qu'il place dans sa maison, un système de relations et de fonctions qui ne soient pas seulement ergonomiques et fonctionnelles mais culturelles et expressives" (Midal, p167). Pour Sudjic (p186), Sottsass est un des premiers designers à saisir que, sous les prétextes fonctionnels, il existe un besoin psychologique pour le rituel et le symbole.

Les questions de richesse émotionnelle et conceptuelle sont devenues très importantes pour le design actuel. Les concepts *Empathic Design, Product Experience* ou *Product Emotion*[230], centrés sur l'expérience humaine sont des approches pour apporter plus de design, plus de sens et plus de valeurs sémantiques aux objets. Par rapport aux années 1960 à 1980, les outils en design se sont depuis beaucoup développés. Il y a eu un tournant vers des considérations de sens, un "tournant sémantique" et un changement radical pour la pratique du design, selon Klaus Krippendorf[231]. La sémantique n'est pas apparue dans l'activité du design au début du 21e siècle mais sa place est d'avantage établie avec l'attention prêtée à l'expérience (avec) des produits.

---

[229] Dans un discours (Manchester lecture) , en 1859, et publié par la suite dans le livre Two Paths, sur les besoin en enseignement de l'art et design. Cité par Christopher Frayling, 2012, On Craftsmanship: towards a new Bauhaus

[230] Ces termes peuvent être associés respectivement à Koskinen 2003, Schifferstein & Hekkert, 2008, Desmet 2007

[231] Krippendorf, 2006 (*The semantic turn; A new foundation for design*) cité par Vial 2015, p49

Le travail des designers et des architectes en Italie des années 60 aux années 80 comme Sottsass mais aussi Andrea Branzi ou Alessandro Mendini illustre la multiplicité des possibilités dans l'évolution du rôle des objets dans le sphère domestique. Ces designers ont beaucoup écrit et beaucoup théorisé sur leurs différentes expérimentations qui, sans s'inscrire dans la production de masse, ont certainement été très influentes.[232] Si on peut qualifier ce travail de "post-moderniste", il est important de souligner que ce terme est très large. C'est une réponse et une réaction contre les absolus implicites dans les théories et les pratiques des modernistes. On peut aussi considérer ce travail comme une critique (et une vue cynique) des idées de l'inévitabilité du progrès.[233] Il ne faut pas néanmoins sur-évaluer l'importance des théories post-modernistes sur l'activité du design en général (McDermott, 2007, p183). Comme l'ont illustré les designers italiens déjà cités, le postmodernisme a apporté une libération de certains dogmes du "bon" design et une ouverture vers un éclectisme. Il s'agissait aussi, selon McDermott, d'une évolution dans la perception des designers d'eux-mêmes et de la manière dont le débat autour du design était cadré et discuté.

Avec le mobilier présenté pour la première fois au Salone di Mobile de Milan en 1981, le mouvement Memphis était l'illustration la plus visible et probablement la plus excessive du design post-moderniste Italien. Plutôt que lire la construction et la fonction d'un objet, Sottsass a dit de Memphis;

> *"We at Memphis say the opposite, we say OK, this is all very important. But because we already consume so much imagery through photography, television, magazines, film and the like and so fast, we need to produce stronger stimuli, more concentrated, more rapid, more complex"*[234].

L'objet contient plus que sa fonction et s'inspire et agi en réaction à la société de consommation. Ces objets provocants et ironiques "*meant liberation from the straitjacket that the profession had become, design dogmas were thrown overboard*." Jasper Morrison, un designer déjà mentionné pour son travail proche des valeurs du Good Design a vu la première exposition de Memphis et a commenté "*you were in one sense repulsed by the objects, but also*

---

[232] Selon Penny Sparke dans Made in Italy, Rethinking a Century of Italian Design, le profil élevé du design italien s'est toujours appuyé sur un nombre de journaux diffusés à l'international. Un exemple étant le mouvement Critical Design soutenu par Casabella, édité de 1970 à 1975 par Alessandro Mendini. A partir de 1977, Mendini fonde également le magazine Modo, permettant encore plus de diffusion d'idées autour du design critique.

[233] Catherine McDermott, *Design: The Key Concepts*, p182, 2007

[234] Ettore Sottsass en entretien avec Jochen Gros, 1984, *Der Fall Memphis oder die Neo-Moderne, Offenbach am Main*, Hochschüle fûr Gestaltung, cité par Renny Ramakers, *Droog, Spirit of the Nineties*

freed by this sort of total rule-breaking"[235] Avec le déclin de certains des idéaux modernistes, un nouveau ethos du design émergeait, orienté plutôt vers le style et l'apparence que vers le contenu et la fonction.[236]

Dans les années 80, le style valorisé en design était la capacité à dramatiser l'objet, et Philippe Starck est cité en exemple parfait du design(er) de cette époque (Loy, 2012). Dans l'introduction biographique sur Starck au Centre Pompidou de Paris, on peut lire que pour lui "le design n'est pas une question de production d'objets quotidiens, mais aussi un acte de création qui intègre passions, désirs, motivations, questions et interrogations…" En décrivant sa démarche pour le fauteuil Costes à trois pieds, en 1981, Starck dit;

> "le quatrième pied est une redondance. Le tripode crée une tension. Un siège à trois pieds a évidement un esprit différent. Il demande plus d'attention, une plus grande participation, plus d'exigence intellectuelle et sensuelle de la part de l'utilisateur. Il y a un début de rapport avec la personne qui va s'asseoir. Se balancer sur un tripode c'est plus dangereux, mais plus rigolo."

Le design de Starck, à cette époque, cherche à marier l'émotion et les sensations pour créer des objets plus expressifs. Starck exprime aussi sa volonté de créer une relation entre l'utilisateur et l'objet. Le but est de toucher les gens, de provoquer de l'émotion et du plaisir. Cette volonté de Starck rappelle la conclusion d'Andréa Branzi dans la "Casa Calda" (1984, p148). Ce nouveau design devait renouveler la langage des objets domestiques avec des inspirations nouvelles issues de l'ironie, de la curiosité, de la surprise et de la convivialité "*friendliness*".

Une version plus pragmatique, et peut-être plus décomplexée de ces idées, se trouve dans un livre brochure crée par l'agence de design Vitrac en 1989 pour soutenir sa communication, surtout au Japon[237];

> *"Between the exceptional product and those that are pseudo-functional and boring, there is a large void to fill with objects that must be more seductive, more playful, more alive. That is the big slice of the market…We need to stop considering everything only in terms of its principal function…Objects must have seductive power; it can be the funny side, or the weird side, totally gratuitous in terms of its form or its concept."*

---

[235] cité par Jonathan Glancey, theguardian.com/culture/2001/sep/06/artsfeatures,arts, accessed July 2015

[236] La complainte de la superficialité du design et des designers n'est pas limité au années 1980. Dès les années '60, un designer contemporain de Loewy et Teague, Robert Probst écrit que le design industriel attire beaucoup de "surface people" qui s'intéresse seulement à la cosmétique.

[237] le brochure cité était en anglais pour convenir à son utilisation de promotion de l'agence du designer Jean-Pierre Vitrac à l'international.

Dans la quête de séduction, de surprise et la capacité des objets à émouvoir, Vitrac mentionne un aspect qui devient très présent à partir de ces années. Il faut developper le caractère des objets comme des jouets, il faut trouver, "*the details or research into the real characters which will make an object communicate*." Cette idée de "vrais caractères" de Vitrac reste d'actualité dans les années 90, comme témoigne le critère du prix iF, cité précédemment; "*a form which can lead to an identification*". De nombreux produits de l'époque étaient sciemment crées en tant que personnalités. Le tire-bouchon "Anna G" de Alessandro Mendini, le mixer "Billy" de Philips, la chaise "Big Easy" de Ron Arad et le "Whistling Bird Kettle" de Richard Sapper ne sont qu'un petit échantillon des produits avec des noms attachants et des formes biomorphiques répandus à partir des années 90. Un des premiers exemples de cette notion d'objet-caractère, était la machine à écrire "Valentine", créée en 1969 par Sottsass et Perry King. Facilement portable, en rouge et orange, l'objet ne devait pas rester un outil anonyme mais devait posséder son caractère propre. Selon Sottsass (Sudjic, p49) "*the Valentine was designed to keep lonely poets company on weekends in the country*."

Il est important de noter que les sens et les messages inscrits dans les objets par des designers peuvent non seulement faire oublier l'objet physique mais aussi attirer l'attention vers l'objet. Schifferstein & Spence[238] commente un produit d'Alessi de 1995, la boite "Mary Biscuit" de Stéfano Giovannoni. Ce produit est un exemple extrême de stimulation multi-sensorielle pour attirer le consommateur. "*The box feels soft and warm to touch, it makes only soft noises when you open it or put it down, and the box itself seems to invite the user to cuddle it*". Le produit contient aussi un couvercle en forme de biscuit (de type "Petit Lu") imprégné d'un parfum de vanille et le corps de la boîte est en plastique translucide de couleur bonbon. Les produits avec des attributs de jouets, de bande dessinée ou d'animaux mignons peuvent nous renvoyer à des histoires d'enfance et peuvent provoquer des réactions à de multiples niveaux. Journaliste et historienne du design, Claudia Dona commente[239], en 1988, la volonté des designers comme Alessandro Mendini de considerer que "*something else is now required of design. It is no longer enough to deconstruct and dismantle…we have to look elsewhere, we have to take a sideways leap"*. Dona suggère comme nouvelle direction explorée par le design; plus de sophistication, de subtilité, des objets plus fluides avec des plaisirs suggestifs en associant des odeurs, bruits et

---

[238] Rick Schifferstein & Charles Spence, Multisensory Product Experience, *in* Product Experience, eds Schifferstein & Hekkert 2008

[239] Claudia Dona, in Design After Modernism, ed; Thackara, 1988

lumières. "O*n the eve of the twenty-first century, we are seeing an era focussed on the heightening of sensation"* (Dona*, op cit,* p155).

Au-delà de la capacité d'émouvoir, un dernier attribut des objets explorés par des designers à partir de cette époque est la capacité de "mouvoir". Les nouveaux objets pouvaient modifier les comportements, les habitudes et les actions. La citation de Starck sur sa chaise à trois pieds évoque la possibilité d'un jeux pour la personne qui s'assoit. Dans *La Casa Calda*, Branzi décrit la recherche de Sottsass qui "*undermines the traditional relationships within the house and instead proposes highly figurative objects with autonomous functions that should promote new types of behaviour in the home*"(Branzi, 1984, p55 - 56). Il cite aussi le Sacco (pouf à billes de Paulini, Gatti et Teodoro), le fauteuil pneumatique de De Paz, D'Urbino et Lanozzi ou la chaise "Up" de Gaetano Pesce, tous crées en 1969, et tous modifiant les habitudes et modes d'utilisation. Non seulement les émotions, mais le corps et les gestes peuvent désormais se trouver modifiés par les produits.

Si le but des designers, et par extension des objets, était de toucher les gens, Sottsass s'est exprimé sur la difficulté de cet exercice;

> *"Today I am not sure I know what to do and in what style to work…the relationship with the public which is going to use the product has grown so complex…that I simply don't know how to touch people I am not familiar with."*[240]

Créer des objets expressifs, destinés à une reception sensorielle peut nécessiter une compréhension fine des personnes ciblées.

Kenya Hara, directeur artistique de Muji[241], Japan propose une réponse pour le designer; "*There are an unlimited number of ways of thinking and perceiving. In my understanding, to design is to intentionally apply to ordinary objects, phenomena and communication the essence of these innumerable ways of thinking and perceiving*."[242] Sudjic suggère que des designers qui ont travaillé avec Muji comme Jasper Morrison, Naoto Fukasawa, James Irvine ou Sam Hecht ont tous commencé par un langage visuel qui leur était personnellement cher (*a visual language that moved them*), souvent basé sur des archetypes. Ils généraient des objets dans lesquels les gens pouvaient reconnaitre une identité. L'approche de Starck part, peut-être, aussi d'une émotion personnelle, que Sudjic appelle son"*childlike view of the world*" (p29). En créant ainsi

---

[240] Conran Design History, completer

[241] Muji = mu jiruchi… objets de qualité sans marque - donc neutre…l'essence - une synthèse…

[242] Kenya Hara, Designing Design, 2007

des objets avec des attributs enfantins, il était possible de générer une identification et un début de relation.

Ce qui sous-tend ces approches est nommé par Hara les "*innumerable ways of thinking*". Partir des émotions et des personnalités de chaque créateur donne la possibilité de variété illimitée pour les objets. Il ne s'agit plus de l'objet juste mais d'une multitude de variantes d'objets possibles. Parmi des nombreux effets de Memphis sont l'évolution de la vision des designers d'eux-mêmes et leur sens de libération des règles imposées par l'héritage du Modernism/fonctionnalisme. Le design était devenu une pratique plus ancrée dans une vision personnelle, un design plus "*self-conscious*". McDermott (2007, *op cit*.) voit une différence entre le design post-moderniste et le modernisme dans le fait de se focaliser sur l'individu plutôt que sur la société comme un collectif. Une première facette de cette individualisation se trouve dans la vision personnelle du designer et sa personnalité en tant qu'émetteur présent dans les objets qu'il/elle conçoit.

La focalisation sur l'individu est présente dans le discours des nouveaux designers à partir des années 1960. Dans "*The Hot House*", Branzi critique la chaise "*Universale*" de Joe Colombo de 1968 comme un "*object cum tool - an ideal product for a stereotyped society of consumers*" (p78). Le but du nouveau design, selon Branzi, était d'envisager une attitude créative de la part du consommateur et de la stimuler par des produits d'apparence excentrique (p79). La maison n'était plus planifiée, mais "*freely available to intervention by the user*". L'idée était d'impliquer l'homme dans sa relation avec son habitat domestique d'un point de vue culturel et expressif plus large. La génération d'objets plus complexes et plus expressifs, devait enrichir l'habitat et permettre l'expression d'individualités. Cette richesse devait promouvoir "*the growth of kaleidoscopic systems of objects, languages and materials that are better able to answer to the requirements of poetic living*" (Branzi, p150).

Les multiples signes que l'objet peut contenir sont bien illustrés par le travail du groupe Memphis. Sudjic, (p84)[243], parle d'une collision entre "*high design and popular culture*", et Glancey (2001) le décrit comme une "*labyrinth of visual irony, puns and provocations*". Les références et les messages pouvaient être multiples et éclectiques au sein d'un même objet, même si, dans le cas du mobilier Memphis, le coté excessif rendaient les objets "*funny, peculiar and rather like the Emperors' new clothes… not to be taken seriously*".[244] Ce dernier

---

[243] Sudjic suggère que pour certains objets post-modernists comme le travail de Robert Venturi pour Knoll "*You could see them only as a reference to another moment…not to be taken literally…but as a commentary, or as a reference to something else*."

[244] Terence Conran cité par Glancey

commentaire soulève un autre aspect "libérant" de l'influence de Memphis, présent dans la citation de Sottsass ci-dessus, la notion de provocation ou d'un certain excès.[245]

Vingt ans après Memphis, dans un article intitulé *Is Irony Killing Design?*[246], Tim Parsons s'interroge sur les références ironiques alors communes dans le design des objets plus quotidiens et domestiques. Tout en considérant que ces références peuvent aliéner, il suggère que des contradictions sélectives peuvent apporter une "texture conceptuelle" plus riche voire une poésie à l'objet.[247]. Parsons présente la cale-porte "*Swiss*" par Andrew Stafford, en forme d'un bloc de fromage de type Emmental comme exemple d'ironie réussie avec un lien clair et bien observé entre le matériau, la forme et la fonction. "*Swiss*" aurait une personnalité charmante (*"whimsical"*) et serait une illustration concise de l'application réussie du sens et de l'ironie dans un banal objet domestique.

Pour Branzi (p51, *The Hot House*), la culture Pop qui sous-tend le travail de Memphis était defendable au delà de l'ironie ou de l'emotion car elle aurait des capacités à montrer la réalité de la consommation au spectateur.

> *Provocative experiments with a caustic combination of languages, with the intention of forming a crack in the optimistic view of bourgeois progress…We want to bring into the house everything that has been left out: contrived banality, intentional ubiquity, urban fittings, biting dogs…"*

Ces mêmes provocations sont présentes dans certains designs de Philippe Starck, qui reprend peut-être une partie de l'héritage de Memphis. L'exemple extrême donné par Sudjic (p211) est la réplique d'une Kalashnikov plaquée en or comme base "*ready made*" pour une lampe de table. Un travail que Starck défend en tant qu'acte de Design Critique. Au-delà de l'illustration un peu trop évidente de la capacité d'un objet à provoquer une réaction, la lampe de Starck montre aussi les multiples lectures possibles des signes contenus dans un design. Ces signes ne sont pas, par ailleurs, toujours contrôlés ou fixés par le designer au moment de la création ou de l'édition d'un objet.

Si les écrits de Barthes sur les signes ont probablement influencé certains designers, surtout à partir de la sortie de la version anglaise de 'Mythologies' en 1972, il faut séparer les signes des

---

[245] selon Nathalie du Pasquier, un autre membre du groupe Memphis, cité par Glancey (2001).

[246] Tim Parsons, https://www.readingdesign.org/is-irony-killing-design/ (article initialement publié dans Central Saint Martins MA Industrial Design Yearbook 2006)

[247] *ibid*: Parsons commente que "*Much over-used and perhaps rather pretentious-sounding when applied to objects, it is however the crucial factor that separates the tiresome statement (ironic or otherwise) from the elegant and transcendent expression"*, et cite la definition du poetic appliqué aux objets de Ralph Ball & Maxime Naylor (*Form Follows Idea, 2005)* "*objects which are elevated above the pragmatic and formal requirement of the functional artefact, and deliver ambient observations in condensed form for reflection and contemplation.*" et cite Ball & Naylor "*Selective contradiction can add rich conceptual texture, elusive magic and sensations hard to define in words.*"

intentions des designers. John Heskett utilise l'exemple très connu de la Coccinelle de Volkswagen dont les significations passent du "*Strength through Joy car*" du régime Nazi, au "*loveable bug*" et hero des films "*Herbie*" de Walt Disney dans les Etats Unis des années 1960 (Heskett, p31-32).[248]

Renny Ramakers (*Spirit of the Nineties*) suggère que le "*New Design*" des années 80, et le Memphis, ont créé une situation ou "*"design" began leading a life of its own as a style… the lion's share of designers began wallowing in superficial fiddling about. The manifest character was gone, and caprice gained the upper hand*".

Selon Jonathan Glancey (2001) "*the whole point of Memphis was to demonstrate that design could mutate like bacteria, that it was as open to change as Pop Art*". Memphis était à la fois une critique et une provocation, une invitation au frivole, au caprice, à l'éphémère tout en utilisant des objets très matériels. L'objet devient plus expressif, mais, en même temps, beaucoup plus éphémère car moins sérieux. C'est une réponse à des critères individuels plutôt que largement partagés. Il est également possible de regarder l'approche des designers de cette époque en comparaison avec ce que Raizman écrit sur les artistes travaillant pour les manufactures de la fin du 18e siècle. L'approche est personnelle et artistique mais s'applique à des produits plutôt qu'à des oeuvres d'art en pièce unique ou nombre limité.

Cette période de design "post-modernist" a poussé les objets du quotidien à devenir plus présents, plus variés, plus chaleureux, mais certainement aussi plus frivoles et plus éphémères et plus jetables. Désormais les objets du quotidien, produits et meubles, sont conçus comme pouvant être, contenir ou exprimer des messages et des qualités multiples, dont on peut essayer de dresser une liste les grandes familles ci-dessous.

[248] Heskett parle de ces signes comme une vue généralisée de la culture comme valeurs partagées d'un communauté et les niveaux de difficulté ou de modification venant des changements de contexte temporelle et/ou physique.

1	*une **multiplication et une superposition des signes**, éclectisme, complexité*
2	*une **fonction psychologique** en non seulement une fonction utilitaire*
3	*être **expressif, excentrique** (opposé au répressif, au stérile)*
4	*des **emotions**, comme l'optimisme, la légèreté, la liberté…*
5	***ne plus seulement être sérieux**, évoquer l'enfance, les jouets, le comique, être drôle, gratuit, régressif*
6	***l'éphémère**, le non-fixe, en mutation*
7	*la **prise en compte de l'ambiance***
8	*des **stimuli plus forts, y compris sensoriels** "poetic living"*
9	***séduction et dramatisation***
10	***changer les habitudes** et modes d'utilisation*
11	*les **identités, individualités,** gouts individuels, variété, conscience de soi du consommateur*
12	***l'identité du designer**, créateur*
13	*un caractère propre, **une personnalité** (de l'objet même)*
14	*des **commentaires, critiques et provocations**, ironies sur la consommation, modes de vie et progrès*

Tableau 1,9. *Certaines facettes des objets autour des signes et sensations*

1.8 Questionnement de l'objet et du design

"on me dit que je suis très méchant, tous disent que je ne devrais pas exercer ce metier - que je suis mauvais - tous disent que si quelqu'un exerce ce metier, c'est au mieux onirique. Tous disent qu'un designer a comme seule et unique objectif de s'inscrire dans le cycle de production - consommation."

En 1973, Sottsass écrit ceci dans un article intitulé "*Mi dicono che sono cattivo*" dans le magazine Casabella[249]. Deux ans plus tôt, dans "*Design for the Real World*"[250], Victor Papanek a écrit qu'il existe des professions plus dommageables que le design industriel mais qu'il y en a très peu.

Après le "*designer decade*"[251] des années 80 qui a symbolisé l'apogée d'un design (trop) lié à une consommation excessive, les années 90 représentent le début d'un période de questionnement plus généralisé au sein de l'activité du design. Partant du point de vue de l'enseignement du design, Jenifer Loy[252] écrit que pour la première fois les designers devaient penser leurs produits en termes plus larges que l'objet fini isolé. L'étudiant en design devaient commencer à regarder vers les complexités d'un design tenant compte des responsabilités sociales et environnementales tout en respectant l'impératif de viabilité économique sous-jacente dans toute création de produits. L'idée de la responsabilité du designer n'était, bien sûr, pas nouvelle. Cristiano Toraldo di Francia de l'agence Superstudio[253], dans une position proche de celle de Papanek, écrit "*It is the designer who must attempt to re-evaluate his role in the nightmare he has helped to conceive*". Mais l'article de Loy décrit une évolution dans l'activité de design suffisamment importante pour impacter (enfin) l'enseignement de la discipline, 20 ans après Torelado di Franca et Papanek. Sur cette période qui débute dans les années 90, Loy écrit (en 2012) "*student confidence in Product Design has undergone serious attack in the last twenty years as responsability for the world's environmental and social problems is laid at their door.*"[254]

Le lien entre le design et l'économie et, par extension, le consumérisme existe depuis le XIXe siècle. Il est souvent question, dans la définition de l'activité du designer, de la tension entre

---

[249] Ettore Sottsass 1973, dans Casabella, Milan,no.376, mai 1973, cité par Midal, p144

[250] Victor Papanek 1971; "*There are professions more harmful than industrial design, but only a very few of them"*.

[251] Lees Maffei, (journal of design history) p356

[252] Loy 2013, E&PDE

[253] Toraldo di Francia, en 1973 cité par Jonathan Glancey, https://www.theguardian.com/artanddesign/2003/mar/31/architecture.artsfeatures, pour l'exposition "Superstudio, Life without Objects", British Design museum, 2003

[254] Loy 2013, "la confiance des étudiants en design produit a subi des attaques sérieuses pendant les vingt dernières années car la responsabilité pour des problèmes environnementaux et sociaux du monde actuel leur est attribuée." traduction de l'auteur

idéologie et commerce, une tension dont le designer doit s'accommoder (Fallan, 2012). Pour Hal Foster, dans son célèbre *Design and Crime*[255] le design est avant tout lié au consumérisme, le design contemporain ferait partie d'une revanche du capitalisme sur le postmodernisme[256]. Penny Sparke propose, dans "*the Genius of Design*"[257] qu'il y aurait deux idées fondamentales sur le rôle du design: d'une part le design et le concept de goût - le fait que les objets et les environnements que nous choisissons construisent et expriment nos identités; d'autre part le design utilisé pour améliorer la qualité de vie à travers la création réfléchie et responsable d'objets largement accessibles.

Le design au service de la consommation serait donc en partie lié à des questions de goût et d'expression de soi. Un livre de Deyan Sudjic, sorti au moment où le design commercial était à son sommet[258], intitulé "*Cult Objects; the complete guide to having it all*", décrit les ingrédients d'un objet culte; "*effortless rightness, or belonging, and the ability to communicate.*" Pour devenir des signes extérieurs d'aspirations individuelles, les objets cultes devaient pouvoir véhiculer des signes forts et identifiables.[259] Verbeek (2005) relève un extrait d'un manuel du design de 1996 (Bürdek, p228) qui cite un responsable de la marque Louis Vuitton; "*We produce travel merchandise of the highest quality, of course…but apart from that we also sell myths and dreams, and a particular style of travelling*". Un cadre dirigeant de la marque Braun est également cité expliquant que "*We sell lifestyles, not appliances*". Ces produits sont conçus principalement pour servir de signes, de symboles ou d'icônes pour des styles de vies plutôt qu'en tant que choses matérielles. Si les fabricants se voient en "*meaning brokers not product producers*"[260] l'action du design peut faciliter l'intégration des "*meanings*" dans les produits.

Joseph Giacomin (2012) suggère que plus on monte dans la pyramide centrée sur l'humain (de Maslow), plus il y des chances de succès commercial. Le sens et l'appartenance en haut de la pyramide seraient les cibles ultimes du design, mais seraient aussi ce qui rend le design coupable[261]. Le design entretient, de ce fait, une relation paradoxale avec l'application de signes

---

[255] Hal Foster 2003, *Design and Crime*, Forty 1989, *Objects of Desire*

[256] Hal Foster 2003, p25

[257] Sparke, 2009

[258] Loy, 2010. Les années 80s sont souvent considérées comme le moment ou le design commercial était à son sommet et que l'originalité et le succès commercial étaient les principaux critères d'évaluation du "bon design".

[259] Lees Maffei, 2009, Le contexte du livre était ces années '80, avec la prise de conscience de la "*capacity of overtly 'designed' goods to express affluence and aspirations…*"

[260] L'expression vient de Naomi Klein, *No Logo*,

[261] Hal Foster écrit (2003) "*Often we are told, as we are in 'Lifestyle', that design can give "style" to our "character" - that it can point the way to such semi-autonomy"…but clearly it is also a primary agent that folds us back into the near total system of contemporary consumerism*"

et ce qu'ils véhiculent, comme l'appartenance, l'identité mais aussi le style, la mode et les tendances.

L'acte d'achat n'est qu'une partie de l'expérience produit. Une partie importante de la critique du design au service de la consommation est son rôle dans le remplacement rapide des produits et donc le manque de création de relations durables produit-consommateur. A partir des années 1930, le style comme arme pour stimuler la consommation et le remplacement était activement encouragé. La journaliste Christine Frederik, fondatrice du magazine "*The Designer*", écrit dans son célèbre livre "*Selling Mrs Consumer*" de 1929 que "*we have now learned that the way to break the vicious deadlock of a low standard of living is to spend freely and even to waste creatively*" et que "*obsolete objects should be replaced with modern up-to-date ones, both in terms of technology but also style*".

Le "*Creative Waste*" de Frederik est proche du "*Consumer Engineering*" de Earnest Elmo Calkins (1932); "*Consumer engineering must see to it that we use up the kind of goods we now merely use*". Ces initiatives auraient comme but de sortir les Etats Unis de la Dépression par la consommation et le renouvellement des biens. L'action du design était d'appliquer et renouveler des styles. Dans le bulletin du Musée de l'Art Moderne en décembre 1938, John McAndrew critique l'action des designers industriels pour "*restyling almost everything, so that what we owned might look old-fashioned as soon as possible*". En 1960, un article du Design Magazine britannique intitulé "*Consumerism Danger*"[262] attire l'attention sur la façon dont la psychologie du consommateur était systématiquement exploitée par l'industrie Américaine, comme une "*form of economic totalitarianism not greatly dissimilar from Orwell's terrifying prophesy*". Parlant de la mode, Sudjic écrit (Sudjic, op cit. p149) que la mode reflète la nature des groupes auto-définis et leur moralité et foi partagées, tout en étant une force motrice de l'industrialisation. Sudjic note aussi (p150) que malgré la taille mondiale de l'industrie, "*fashion is still treated as if it were essentially frivolous. In part this is because of the deliberately cultivated theatricality…*" Les styles utilisés pour les objets technologiques de la marque Apple, ont plutôt utilisé des codes du "good design" et le fonctionnalisme mais ces styles restent une forme de mode qui encourage un cycle constant de renouvellement de produits.

Le design "mainstream" est forcément (aussi) une activité liée au commerce. La vente est un critère mesurable de la valeur du design[263]. Le débat sur le part du design au service de la

---

[262] Jonathan Woodham, in Design + Cultural Politics, Putting the Industrial into Design

[263] Les "British Design Awards" de 1993 décrit le design comme travail qui tente "*to rethink products so that they not only look better, but do more for the consumer at a lower manufacturing cost*". Dans les même "Awards" "*the judges looked for design excellence both in form and function in products with demonstrable market success*".

consommation ou de l'amélioration de la qualité de la vie ne serait pas à traiter ici. Le parti pris de notre étude est de considerer que l'histoire du design peut nous éclairer sur nos relations aux objets. Dans ce contexte les questionnements de l'industrie du design sur elle-même dans la période contemporaine peuvent nos renseigner sur l'évolution des attitudes envers les objets.

Paola Antonelli, directrice du design au MoMA à partir de 1994, décrit la nouvelle ère dont l'agence Droog était un bon exemple, avec une mentalité plus critique envers les objets. "Droog Design est arrivé à un moment quand personne dans le monde matériel ne semblait encore capable de tolérer de la redondance… Le travail de Droog marquait le début de ce que certains ont nommé l'ère néo-minimaliste, une révolution saine et systémique qui a fait baisser notre pression sanguine et nous a transformé en des êtres humains plus froids".[264] Durant cette période, Loy (2010) décrit l'arrivée du "*Sustainable Design"*, du "*Human Centred Design*"[265], de la sociologie, des questions d'éthique et aussi du "*Design Activism*". Une partie de l'activité du design devient aussi le "*Design Thinking*"[266], le fait de considérer que le design peut devenir une façon d'aborder des problèmes complexes dans des contextes très larges. Le design ne traite plus seulement le matériel.

Loy situe l'émergence du *Sustainable Design* (Design durable) dans le début des années 2000. Le concept de "*sustainability*" (ce qui est soutenable, plutôt que "durable"), établi par le rapport Bruntland[267] en 1987 n'a pas été forcement adopté très vite par l'ensemble de l'activité du design. Le concours de design célèbre, le IF[268] ouvre une section "*Ecology and Design*" seulement en 1996 et les critères d'évaluation à l'époque nous semblent aujourd'hui peu développés[269].

Les frustrations décrites dans deux livres sur le design actuel (Sudjic, 2008, Rawsthorn, 2013), plus de dix ans après montrent enfin une prise de conscience plus généralisée et plus complexe du design "soutenable". Dans un chapitre intitulé "pourquoi tant de design est si

---

[264] Paola Antonelli, in *Droog Design: spirit of the nineties*

[265] Pour caractériser les mouvements principaux en design dans le début du 21e siècle, Joseph Giacomin (2012, op cit) décrit trois paradigmes du design; *Technology Driven Design*, *Human Centred Design* et *Environmentally Sustainable Design*. Pour Giacomin, ces trois principaux mouvements possèdent des discours et des valeurs propres et représentent trois façons distinctes d'aborder la conception des produits, systèmes ou services.

[266] Tim Brown 2013

[267] Rapport Bruntland 1987, au nom de l'ancienne première ministre norvégienne Gro Harlem Brundtland qui a présidé la commission mondiale environnement et développement, dont le document officiel "*Our Common Future*" ou "*Brundtland Report*" a établi de façon clair la notion de *sustainability* pour la première fois.

[268] Concours IF, un des concours de design les plus connus au monde, organisé annuellement à Hannover, Allemagne.

[269] IF Jahrbuch 1996, Les qualités recherchées pour cette section du concours étaient; simplicité, clarté, intemporalité, ("*timelessness*"), frugalité et réparabilité. En lançant ce volet du concours, Jens Clausen évoque les idéaux classiques du bon design de l'école d'Ulm en 1952; le but est de créer des biens qui vont durer, d'augmenter leur valeur d'utilité et de réduire les déchets.

mauvais?" (*Why is so much design so bad?*), Alice Rawsthorn décrit son insatisfaction avec une brosse à dents automatique. Elle liste comme défauts: un packaging sur-dimensionné donc gourmand en transports et non-recyclable, le fait que le produit est dans un mélange incongru de matériaux le rendant lui-aussi non-recyclable et non bio-dégradable, une consommation d'énergie importante pour le recharger. Les aspects anti-environnementaux simples enlevaient de l'interaction tout plaisir dans l'utilisation quotidienne du produit par ailleurs jugé très efficace.

L'exemple de mauvais design présenté par Deyan Sudjic au début de son livre "*The Language of Things*" concerne plutôt l'incapacité de son nouveau MacBook Apple à resister aux effets de contact avec son propre corps d'utilisateur et de garder les qualités désirées au moment de l'achat.

> *The very first time it came out of it's foamed plastic wrapping, my fingerprints would start to burn indelible marks into its infinitely vulnerable finishes. The trackpad would start to fill up with a film of grease that as time went on, would take on the quality of a miniature duck pond. Electrostatic build-up would coat the screen with hair and dandruff.*[270]

Sudjic décrit sa frustration avec des produits dont l'attraction se fane presque au moment où la vente est consommée. Ce qui est intéressant dans sa description de l'évolution de son Macbook, en dehors de la plainte sur la non-durabilité des relations, est le récit détaillé et sensible sur l'aspect physique de l'objet dans ses zones matérielles d'interaction et dans le temps. Les frustrations avec des objets peuvent couvrir beaucoup de sphères de l'expérience produit, d'autant plus dans la catégorie de produits concernés ici. Ces deux exemples d'insatisfaction démontrent la complexité d'un design durable et signalent l'évolution des attentes dans le champ du design. Il est important de noter que ces deux exemples, par des auteurs interrogeant le design actuel, concernent en grande partie le moment de l'achat et, de ce fait, le lien entre le design et le moment d'acquisition. Ces deux exemples sont aussi issus d'une production à très grande échelle avec un design basé sur l'abstraction[271] en termes d'attentes du destinataire du produit.

Progressivement, les approches de "*Human Centred Design*" mais aussi "*inclusive design, universal design, design for all, social design*" (Myerson, 2018) cherchent non seulement à

---

[270] Sudjic, 2008: "la toute première fois sorti de l'emballage en mousse plastique, mes empreintes digitales commenceraient à brûler des traces indélébiles sur ces finitions infiniment vulnérables. Le trackpad se remplirait d'un film graisseux qui, avec le temps, développerait la qualité d'un mare à canards en miniature. L'accumulation électrostatique recouvrerait l'écran de poils et de pellicules."

[271] Jeremy Myerson (Keynote, E&PDE, 2018) propose de différencier l'approche du design du 20eme siècle avec l'approche émergente en termes de scaling up (abstraction des besoins des utilisateurs) et scaling down. Ou "l*earning just a little, or just enough, about very broad categories of people to learning a great deal about relatively small numbers of people and concentrating not on what makes them similar, but what makes them different.*"

mieux comprendre les personnes concernées mais aussi à les impliquer dans la conception des solutions[272]. Ceci est surtout le cas dans des domaines d'application en croissance dans le design actuel, qui sont des problèmes complexes "socio-techniques" des localités, hôpitaux et lieux de travail[273]. Ce design, pour Myerson, implique "*navigating social, infra- structural, economic, and environmental complexity*".

Dans le contexte des objets et des meubles, l'implication des utilisateurs était revendiquée par le groupe Droog dès les années 90. Plutôt que réinventer de nouvelles formes, ils cherchaient à jouer avec une variété de matériaux, avec l'irrégularité et avec des produits sur lesquels les consommateurs peuvent laisser des traces. Les produits pouvant devenir encore plus familiers si l'utilisateur pouvait y injecter quelque chose de lui même et les modifier d'une manière personnelle[274].

Encore dans la même veine et, peut-être, avec les mêmes capacités à générer une familiarité avec le consommateur, nous pouvons parler des produits "dé-spécialisés"[275] et des produits "*half-finished*"[276]. Dans cette dernière catégorie nous pouvons trouver autant des produits à assembler par l'utilisateur et des kits (des meubles *flat-pack* par exemple) que des composants (les sous-ensembles *Raspberry Pi* et *Arduinos* sont des exemples dans le domaine électronique).

Les produits de Droog design ou les produits conceptuels "dé-spécialisés" sont des exemples possibles de plus de place laissée pour le consommateur dans l'objet. Ils ne sont pas toutefois représentatifs du design de masse pour le quotidien. La polémique autour d'un design, a priori dé-spécialisé et laissant de la place pour l'utilisateur montre aussi un certain nombre de freins qui existent pour ce type de design. En 2006, le designer britannique Jasper Morrison, déjà cité, connu pour un design sobre, souvent nommé neo-modernist, a présenté à la foire de design de Milan une table de chevet en forme de caisse à vin en bois, "*The Crate*". *The Crate* était une copie assez fidèle d'une caisse de vin que Morrison utilisait dans son appartement Parisien, reproduite dans un bois plus qualitatif et mieux fini. Un débat médiatique très animé a suivi la présentation du meuble. Les arguments en faveur du design soutenaient que *The Crate* était un

---

[272] Stéphane Vial, *Le Design*, puf, (2015) cite Bernard Stiegler qui souhaite"un design capable de partager la capacité …de concevoir avec ceux qui étaient autrefois appelés des clients et qui, devenant contributeurs, participent à la formation d'une boucle qu'il s'agira de transformer en spirale féconde plutôt qu'en cercle vicieux."

[273] Myerson, 2018, évoque les "*complex socio-cultural domains of our neighborhoods, hospitals, and workplaces—and the services and experiences within them*" comme lieux d'application du design actuel.

[274] Ramakers, 1998

[275] L'agence d'architecture ggsv a proposé, lors d'expositions récentes, le terme "despécialisé" pour évoquer des produits (multi-taches, généralistes, adaptables), plus en accord avec les contraintes environnementales car moins conçus pour une seule utilisation/tâche spécialisée, et donc combattant la tendance actuelle vers une multiplication de produits mono-fonction.

[276] Des produits à finir ou compléter par le consommateur

exercice en design conceptuel; une critique ironique de la production indomptable de nouveaux objets visuellement marquants, sans fonctionnalité, dans une époque de crise environnementale, un objet trouvé, beau et plutôt utile[277].

Les critiques du design ont considéré que Morrison était paresseux, cynique, prétentieux, qu'il n'avait pas fourni un travail de designer, sachant surtout qu'il était jusqu'alors connu pour des produits formellement élégants, techniquement rigoureux "*fit for purpose*" et innovants dans leur utilisation de matériaux et de technologies. *The Crate* aurait pu être fait par le consommateur lui-même, une idée dont parle Morrison "*I wanted the Crate Series to give the impression they were home-made, as if someone had had the idea and then made it for themselves*".[278] Le produit était le résultat d'un processus de conception basé sur l'expérience quotidienne et personnelle d'un individu, Morrison ayant vécu trois ans avec sa caisse de vin avant d'en faire une copie pour la marque Established & Sons qu'il a présentée à Milan. En pin Douglas, la copie était plutôt respectueuse de l'environnement et suggérait un mode de vie sobre[279]. Il n'était ni sensationnaliste, ni ouvertement innovante ou technologique et (de ce fait?) ne correspondait pas à ce qu'on attendait d'un designer de renom, ni même d'un objet issu d'un processus de design.

Dans un entretien titré "*design seems like a teenager to me*", Jasper Morrison a commenté "*the same year people were getting upset about my practical idea of using a wine box as a bedside table, other designers were teaming up with fashion designers to come up with chairs that can wear clothes!*"[280] Une grande partie des commentateurs a pris le travail de Morrison pour de l'ironie ou pour un commentaire sur le design et la consommation. C'était probablement le cas des chaises habillées en vêtements de créateurs de mode. Le "*Design art*" et encore plus le "*Critical design*"[281] vont revendiquer le rôle de commentaire sur le design et la consommation.

---

[277] Alice Rawsthorn, Inspired design or just a crate? www.nytimes.com/2006/08/13

[278] Ian Tucker, in The Observer, www.theguardian.com/lifeandstyle/2007/may/27/homes

[279] Il est possible de voir des liens avec approche des mouvements Anti-Design (Superstudio, Alchémia, Archigram) d'imaginer des objets non-héroïques;"*space saving, collapsible, stackable, manœuvrable and flexible*". Les mouvements comme le Anti-Design des années 1966 - 1980, sont nés d'une dissatisfaction de la manque croissante de pertinence sociale dans le design, laissant place à l'avarice (*greed*). Leur réponse était de créer des objets qui utilisent la subversion pour changer la façon que l'on regarde l'objet - par l'ironie, le kitsch…(Moffat, 2011) Ils ont tenté de produire des objets pas forcement beaux, mais fonctionnels pour pousser les gens à penser aux objets qu'ils achètent. Le cas du *Crate* était également subversif, sans forcement chercher à l'être, et sans la volonté d'être remarquable.

[280] "l'année même où des gens étaient contrariés par mon idée pratique de l'utilisation d'une caisse de vin comme table de chevet, d'autres designers s'associaient avec des stylistes pour concevoir des chaises pouvant porter des vêtements!"

[281] Le nom "*critical design*" existe aujourd'hui pour les projets utilisant le processus de design pour faire de la recherche appliquée, liée à une production d'artefacts conceptuels, sans but de commercialisation. Le travail de Tony Dunne et Fiona Raby en est une des exemples fondateurs "*devoted to developing conceptual design projects which critique design and consumer culture*", voir Rawsthorn, p123

La capacité d'un produit de consommation de masse à incarner une critique du design ou du marché peut être questionnée. Sachant que le design est lui même le produit du système industriel, l'idée même d'une dimension critique en design entre la création d'objets et le système qui lui permet d'exister est une proposition paradoxale (Sudjic, 2008). Il est pourtant relativement facile de trouver des exemples de *critical design* dans des contextes commerciaux, comme les sacs de courses pour la marque de chaussures Camper par Marti Guixé, avec le slogan "*Don't buy it if you don't need it*"[282]. Nous pouvons encore citer la gamme d'accessoires "*I'm not a plastic bag*" développé par l'agence de design Shift en Angleterre et la styliste Anya Hindmarch et vendue au supermarchés Sainsburys en Angleterre, Wholefoods aux Etats Unis et dans le magasin de la styliste. La collection entière est partie en moins de deux heures [283], un résultat plutôt ambigu pour une approche critique sensée représenter une démarche soutenable.

Dans un article de 2001, Alain Findeli déplore "une épistémologie implicite démodée de pratique et d'intelligence du design trop focalisée sur le produit matériel; une esthétique basée presque exclusivement sur des formes et qualités matérielles". Il prône un design qui questionne "*not only the possibility of, but the necessity for, products to vanish in the near future*".[284] Dans le contexte actuel de frustrations avec les produits comme symboles de la consommation (et l'impératif environnemental de façon plus générale) une partie croissante de l'activité du design se tourne vers l'expérience et les services. Comme le suggère Ezio Manzini, [285] (professeur de design industriel au Polytecnico di Milan et un des premiers chercheurs en design et *sustainability*) l'époque demande le développement de nouveaux scénarios de bien-être. On doit passer du "*product-based well-being*" (la possibilité de matérialiser des services complexes en forme de produits - le service de gestion de linge sale devient la machine à laver le linge) au "*access-based well-being*" (la position centrale du produit matériel comme définition devient obsolète - le bien-être devient l'accessibilité d'une série de services, d'expériences et de produits intangibles).[286]

Les domaines de design d'expérience et de design de service, prônés par des chercheurs comme Findeli et Manzini au début du XXIe siècle, sont aujourd'hui très développés. Il est

---

[282] Rawsthorn 2013, citant le travail de Marti Guixé, voir aussi la site du designer: http://www.guixe.com/index.htm

[283] https://shiftdesign.org/portfolio/im-not-a-plastic-bag/; https://www.theguardian.com/environment/2007/mar/19/ethicalliving.uknews

[284] Alain Findeli, Rethinking Design Education for the 21st Century: Theoretical, Methodological, and Ethical Discussion, Design Issues: Volume 17, Number 1 Winter 2001

[285] Manzini 2001, Scenarios of Sustainable Wellbeing

[286] Tout en évoquant l'arrivée du design de service dans le contexte de "sustainability" comme Alain Findeli, Manzini n'hésite pas à signaler que cette évolution n'est pas sans dangers sur le plan environnemental.

néanmoins important de noter ici que ces facettes du design actuel sont très liées aux nouvelles technologies. Une grande partie de la recherche actuelle se situe dans le domaine des interfaces et dans les interactions homme-machine[287] et de ce fait, traitent le virtuel avant tout.

Le contexte du design actuel permet de constater la position et le statut instable de l'objet matériel. Depuis au moins vingt ans l'activité du design tente de s'adapter à l'idée que "*things will be less valuable than ideas and cultural production*"[288] avec comme risque possible que la relation aux objets matériels ne soit pas suffisamment abordée.

Par les quelques exemples de ce chapitre, un certain nombre de thèmes en lien avec les objets dans le design actuel[289] sont soulevés sans pour autant prétendre être exhaustif dans le tableau (1,10) ci-dessous. En voici un résumé.

1	*être plus critique sur* ***le lien avec le consommation, le consumérisme***
2	*avoir conscience du* ***redondance et le gaspillage***
3	***emergence de frustrations envers les objets non-durables***
4	*vers plus* ***de sobriété***
5	*vers plus de* ***solutions individualisées, personnelles***
6	*vers plus* ***d'implication, de participation des destinataires*** *des produits*
7	*vers plus de* ***conscience des matériaux et leur vieillissement***
8	***l'évolution vers l'expérience*** *plutôt que le produit*
9	***l'évolution vers le service et l'accès*** *plutôt que le produit*
10	*l'évolution vers un* ***design appliqué aux questions sociales et complexes*** *au delà de l'objet*

Tableau 1,10. *Certains questionnements autour de l'objet dans le design actuel*

[287] La domaine de HCI (Human Computer Interaction)

[288] John Thackara, (ed.) Design After Modernism, Beyond the Object, 1988, Thames & Hudson

[289] Un des pans très importants dans le design actuel, le design de service, est un sujet trop large pour être traité ici, mais il reste utile de noter des aspects du design de service, dont certains sont importants dans le cadre de notre sujet;

1) design/objet comme expérience
2) "the Commons", l'objet (et la relation) est dissocié de la notion de possession
3) réseaux, connections, acteurs cachés et la mobilité des objets et services
4) un regard sur des objets et expériences en tant que globalité
5) le design et la relation comme processus en continu, en construction/modification
6) l'integration croissante de non-designers dans le processus de développement
7) l'individu comme créateur et acteur dans la conception de ses objets et relations

1.9 Conclusion

Le contexte environnemental et la responsabilité du design dans ce contexte contribuent à un questionnement important sur la place de l'objet physique au sein du métier. Dans l'introduction du *Handbook of Design for Sustainability*[290], John Thackara commente que les designers sont en train d'apprendre que "*their job is to design new tools and platforms more than finished artefacts as such*". Le design actuel élargit son regard de façon très importante pour traiter des questions sociales et infra-structurelles, des questions économiques et environnementales (Myerson, 2018). Il ne se borne plus aux objets et aux artefacts. En même temps les relations avec ces artefacts deviennent de plus en plus complexes.

Ce regard rapide d'un certain nombre de thèmes apparus au cours de l'histoire du design depuis deux cents ans est à considérer comme une accumulation de qualités pouvant influencer les relations aux objets. Le plupart des qualités, fonctions et symboles relevés restent d'actualité. Ceci est à la fois le reflet de la complexité des objets mais aussi le reflet de la variété et de la multiplication d'objets côtoyés au quotidien.[291]

Ce regard sur l'évolution des relations aux objets par le prisme du design est forcément très partiel, et il resterait beaucoup de thèmes qui mériteraient d'être développés, surtout en lien avec les évolutions sociologiques et environnementales. Il est à noter également que la trame utilisée pour cette section est issue des histoires récentes du design[292]. Il ne s'agit pas d'une recherche à proprement parler dans le domaine de l'histoire du design, il s'agit plutôt d'utiliser cette histoire pour montrer ce qu'il peut y avoir en commun avec la perception des objets du quotidien.

L'importance du signe était un des points de départ de cette section. Même si le signe garde une grande importance, il est évident que l'histoire du design ne peut pas s'y réduire. Nous pouvons néanmoins noter que le signe est étroitement lié à ce qu'on peut identifier comme qualité ou valeur ajoutée d'un objet. De ce fait, le signe est aussi, presque automatiquement, ce qui relie l'objet au consumérisme: le signe est une des cibles ultimes du design (Giacomin, 2012) pour vendre. Un des points récurrents dans l'histoire de la perception de l'objet comme dans l'histoire du design est le lien avec l'économie, et ainsi ce qui rend l'objet coupable. Cette

---

[290] John Thackara, in The Handbook of Design for Sustainability, ed.Stuart Walker, Bloomsbury Academic, London, 2013

[291] Un défaut inhérent à l'histoire à partir du design est sans doute l'importance donnée aux objets visibles, remarqués et remarquables. Le domaine de la recherche de l'histoire du design tend à redresser cette déséquilibre, mais notre section sur l'histoire du design est malheureusement trop générale pour aborder ces questions. Voir aussi Victor Margolin, The Experience of Products, in *Politics of the Artificial. Essays on Design and Design Studies*, University of Chicago Press, 2002 pour une discussion de la nécessité de regarder des produits côtoyés comme multiple et comme milieu ou réseau.

[292] Principalement Heskett, 2003, Raizman, 2003, Sudjic, 2008, Midal, 2009, Sparke, 2010, Rawsthorn, 2013

culpabilité est en grande partie la capacité du design (comme de l'objet) à rendre permanents et tangibles des mythes, des histoires (Forty, 1992) et des signes.

Il est à noter que le signe est ce qui attire l'attention sur l'objet mais ce signe contient aussi une partie de jugement personnel ou individuel. Les signes contenus dans les objets ne sont pas tous donnés au départ par le concepteur.

La fonctionnalité et l'utilité des objets peuvent être associées à l'inverse à la sobriété, aux objets discrets et sérieux, à ce qui constitue le "bon design". Mais l'histoire du design permet de rappeler que les notions de fonctionnalité et d'utilité sont, en réalité, très larges et ambiguës. La fonctionnalité peut être vue de façon très positive, comme valeur facile à décréter, une valeur sensé être universelle. En même temps, la fonctionnalité a été liée à une notion de "bon design" imposée et à une réduction de choix et de liberté pour l'individu.

La médiation des objets est une autre qualité qui émerge de cette histoire, c'est-à-dire ce que les objets font faire à l'utilisateur et ce qu'ils génèrent ou changent comme comportement. Les objets modifient et affectent nos corps et nos actions. Ils modifient aussi notre niveau de fatigue, nos apprentissages et notre état émotionnel.

L'histoire du design depuis deux cents ans commence et se termine sur des questions du statut du design par rapport à l'art. A différentes époques les objets issus du design sont considérés comme pouvant être de l'art pour le quotidien. En même temps, le statut d'art peut sortir les objets de la sphère du design et du quotidien.

A la manière des objets d'art, les objets du quotidien peuvent néanmoins être conceptuels et peuvent nous provoquer. L'histoire - surtout la plus récente - du design démontre que les objets peuvent provoquer des émotions. Ils peuvent exciter, amuser, énerver, déstabiliser et calmer.

L'histoire du design permet de se rendre compte de l'évolution et de l'instabilité de la perception des qualités des objets. Les mêmes qualités peuvent avoir un impact plutôt positif ou plutôt négatif selon l'époque et le contexte. Le regard sur l'objet et ses qualités ne peuvent pas être considérés comme fixes.

Le statut du concepteur des objets a également connu de nombreux rebondissements depuis 1800. Le designer était, et peut encore rester: artiste, *errand boy*, artisan, honnête, malhonnête, superficiel, adolescent, militant et *militantly useless*. Il est néanmoins important de se rappeler que le concepteur de l'objet est probablement peu présent comme élément identifiable dans la plupart des objets du quotidien même si l'histoire du design associe forcément leurs concepteurs aux objets.

Le rôle et la place du destinataire dans les objets est peut-être une partie de l'histoire dont l'évolution semble plus linéaire. Depuis la prise en compte de l'utilisateur par des designers comme les Eames, ou Henry Dreyfuss au milieu du XXe siècle et les débuts du design participatif dans les années 1970, cet aspect du design est devenu central aujourd'hui.

Suivant les trames établies de l'histoire (générale) du design, la présence de la matière ne devient pas un point marquant comme qualité ou identité des objets, et mériterait largement une recherche poussée[293].

Les points notés en conclusion ici sont autant d'éléments qui illustrent la complexité de l'objet et de ce qui peut influencer sa capacité à générer des relations plus ou moins longues. Cette histoire ne contient que peu de références à ce qui rend pérennes les relations aux objets. Ceci est en partie en lien avec le regard du design qui malgré tout, reste probablement trop focalisé sur le moment de l'achat de l'objet et de sa séduction et peu sur la vie avec l'objet.

[293] Les grandes influences des périodes Modernes et Post-modernes sur l'activité du design ne favorise pas une approche qui met en avant la matière. Mais à l'instar des designers comme Christopher Dresser à la fin du XIXe siècle, ou le couple Eames au milieu du XXe, la matière redevient une préoccupation principale dans le design actuel.

TRANSITION 1 - 2: *Quelques problèmes avec les relations aux objets matériels*

"Par leur nombre, leur redondance, leur superfluité, leur prodigalité de formes, par le jeu de la mode, par tout ce qui excède en eux la fonction pure et simple, les objets ne font encore que simuler l'essence sociale - le STATUT…C'est lui qui suscite délire, ce monde forcené de bibelots, de gadgets, de FETICHES qui tous cherchent à marquer l'éternité d'une valeur et à faire la preuve d'un salut par les oeuvres à défaut d'un salut par la grâce."[294]

Au-delà de la sphère du design dans le contexte quotidien, un certain nombre de thèmes peuvent fausser le regard porté sur l'objet matériel et, par extension, nos relations avec eux. La citation de Baudrillard ci-dessus date de 1970 mais reste d'actualité et n'encourage pas du tout à regarder positivement nos relations aux objets. Avant d'aborder les cadres qui sous-tendent nos relations aux objets, dans la section suivante, il semble pertinent d'évoquer quelques thèmes qui peuvent influencer et, peut-être, contribuer à détourner le regard des objets et nos relations avec eux.

Un premier thème qu'il semble utile d'évoquer pourrait s'appeler le "trop". Face à l'énormité de la crise environnementale, une réaction naturelle est illustrée par les mots de Claudia Dona[295] "*we live in a world overflowing with our own productions, a world in which objects besiege us, suffocate us…*" Daniel Miller (2008) commente que "*We live today in a world of ever more stuff - what seems a deluge of goods and shopping*". Même si ces commentaires sont le reflet de la réalité, un regard porté sur les objets en termes d'une masse ou d'un flot incessant et incontrôlable est aussi une manière de détourner le regard des relations avec ces choses[296].

Le "*stuff*" de ce déluge est surtout ce que Stuart Walker[297] appèle la "*unremitting production and marketing of short-lived, unrepairable and often relatively trivial products…that arouse feelings of dissatisfaction and stimulate consumption and waste*." Il y a une tendance à séparer certains objets pourvus de sens d'une masse d'objets triviaux, peu chers, destinés à devenir des déchets.[298] Chapman (2005, p.8) écrit que 90% des ressources sorties de terre aujourd'hui

---

[294] Baudrillard J., *La Société de Consommation*, 1970, (Editions Denoël) p77 - 78, Folio Essais

[295] Claudia Dona, p152, in Design after Modernism (1988), op cit

[296] Daniel Miller, 2010, Stuff, p5, note que "*Stuff is ubiquitous and problematic. But whatever our environmental fears or concerns over materialism, we will not be helped by either a theory of stuff, or an attitude to stuff, that simply tries to oppose ourselves to it…*"

[297] Stuart Walker, The object of nightingales, in the *Routledge Handbook of Sustainable Product Design*, ed. Chapman, 2017, p65,

[298] Sur ce point le projet "Significant Objects" de Rob Walker et Joshua Glenn est une belle illustration. Les auteurs ont acheté des bibelots sans valeur, pour ensuite les donner du valeur par des histoires et les revendre.(http://significantobjects.com) accédé février 2019.

deviennent des déchets en moins de trois mois. Il semblerait qu'il y ait, de ce fait, une quantité très importante de "*stuff*" qui n'atteint jamais le statut d'objet et passe directement et, surtout invisiblement, au statut de déchet. Ce thème est l'objet comme quelque chose de transitoire, où les biens n'atteignent pas au statut de relation mais passent d'acquisition à déchet. Fromm[299] décrit le cercle vicieux du "*consumer-buying*" aujourd'hui comme; *Acquisition → transitory having and using → throwing away (or if possible, profitable exchange for a better model) → new acquisition*. Le bien est (in)considéré, dès le départ, comme transitoire, comme les jouets en plastique commentés par Barthes: "désormais chimique, de substance et de couleur; son matériau même introduit à une cénesthésique[300] de l'usage, non du plaisir. Ces jouets meurent d'ailleurs très vite et, une fois morts, ils n'ont pour l'enfant aucune vie posthume[301]".

Chapman[302] commente que beaucoup de personnes détestent notre "*throwaway society in which lack of quality is taken for granted*". Stuart Walker (2004)[303] écrit que "*all physical artefacts will sooner or later decay and be discarded, but their meaning and value can remain relevant*" avec l'association de l'utilitaire, le poétique et le symbolique. Mais ces deux commentaires illustrent aussi un thème qu'on pourrait nommer "l'ineptitude matérielle". Beaucoup d'objets dans la catégorie de "*stuff*" n'ont pas de problème de qualité matérielle et l'ajout de "*meaning*" n'est pas toujours une réponse pertinente. L'exemple de la brosse à dents[304] illustre bien un objet finalement très durable que l'on est sensé changer tous les trois mois. Il s'agit d'un objet beaucoup trop qualitatif dont les matériaux commencent seulement à être questionnés aujourd'hui sans pour autant chercher l'existence d'une alternative réellement soutenable. [305] A ce sujet, il peut être intéressant d'y joindre le commentaire de Barthes sur la matière plastique[306], "…sublimé comme mouvement, n'existe presque pas comme substance" et serait "…tout entier englouti dans son usage…" L'emploi du plastique renforce l'impression de transitoire et d'invisibilité et représente donc un choix de matériau inepte.

---

[299] Erich Fromm, p61, *To Have or To Be*, (1976), 2013, Bloomsbury Academic, London

[300] La définition de https://www.cnrtl.fr de cénésthésie est: sensibilité organique, émanant de l'ensemble des sensations internes, qui suscite chez l'être humain le sentiment général de son existence, indépendamment du rôle spécifique des sens

[301] Roland Barthes, *Mythologies*, Jouets, p60, 1957, Seuil

[302] Jonathan Chapman, No Alternative, University of Brighton Repository, 2008, accédé à eprints.brighton.ac.uk/6626/1/No_Alternative.doc

[303] Stuart Walker, Crushed before the Moth; secular time, sacred time and design, p304, in *Eternally Yours*, ed Van Hinte, 2004

[304] voir note en bas de page, p15

[305] voir par exemple: https://www.independent.co.uk/extras/indybest/fashion-beauty/best-bamboo-toothbrushes-plastic-pollution-biodegradable-bistles-dental-care-eco-friendly-a8411536.html - accédé février 2019

[306] Barthes, op cit, p172, Le plastique

Le cas de la brosse à dents concerne, a priori, une combinaison de deux ou trois matières plastiques[307] (polypropylène ou polyéthylène, polyamide et parfois silicone) mais un produit comme le *smartphone* contient presque tous les éléments de la table périodique. La question des matériaux des objets est d'une grande complexité, qui peut potentiellement générer soit des comportements d'évitement, de la confusion ou du rejet. Il est possible d'y ajouter la toxicité qui est un autre thème pouvant induire une relation negative aux objets.

Si la cas des *smartphones* représente un des exemples les plus visibles actuellement, avec des matériaux toxiques, une mode de production toxique et même une utilisation que l'on pourrait qualifier de toxique, un exemple datant des débuts du design est aussi très parlant. William Morris figure dans l'histoire du design comme exemple de la volonté d'utiliser le design et par extension des produits pour faire du bien, à la fois pour la personne derrière la fabrication et pour le consommateur. Dès l'époque victorienne, ses papiers peints étaient soupçonnés de rendre malade à la fois ouvriers et acheteurs. Il est d'autant plus ironique que la couleur responsable de l'empoisonnement était le vert. Même après avoir arrêté l'utilisation d'arsenic dans les pigments, dans les années 1870 suite à la pression publique, Morris lui-même ne croyait pas à la toxicité de ses produits[308]. Le fait que les pigments à base d'arsenic étaient déjà critiqués pour la fabrication de vêtements dans les années 1860[309] montre les paradoxes et les lenteurs de réaction autour des produits toxiques, comme peut être encore le cas aujourd'hui,

Les thèmes ci-dessus peuvent influer sur le (manque de) regard porté sur l'objet matériel. Il est utile de garder en tête également des thèmes pas encore évoqués qu'on pourrait qualifier des raisons pour considérer que les relations aux objets sont, en soi, néfastes. Daniel Miller (2008, 2010) décrit cette croyance populaire que "*stuff somehow drains away our humanity*" et que nos relations aux choses sont "*at the expense of our relationships to people*". La suite de la citation de Claudia Dona, ci-dessus*,* illustre cette idée que les objets *"very often distance us from one another both physically and mentally…they make us forget how to feel, to touch, to think*".

Les arguments avancés par Erich Fromm dans le livre *To Have or To Be* (*op cit*) illustrent ce qui sous-tend l'idée des relations aux objets comme moralement répréhensible. Citant parmi d'autres le Bouddhisme , l'Ancien et le Nouveau Testaments, Fromm décrit deux modes

---

[307] http://www.designlife-cycle.com/plastic-toothbrush/ accédé février 2019

[308] "*As to the arsenic scare, a greater folly is hardly possible to imagine: the doctors were being bitten by witch fever.*" aurait écrit Morris à son fabricant de teintures en 1885. https://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/how-william-morris-betrayed-his-socialist-ideals-with-his-wallpaper-108527.html

[309] Une illustration comique dans le journal Punch de 1862 intitulé "The arsenic Waltz" se moque de la mode pour des vestments toxiques. https://www.telegraph.co.uk/books/what-to-read/could-this-wallpaper-kill-you-victorian-britains-lethal-obsessio/ accédé février 2019

d'existence fondamentalement différentes qui sont reflétées dans nos vies quotidiennes. Le mode "être" *means aliveness and authentic relatedness to the world*. Dans le mode "avoir" la relation au monde est *one of possessing and owning* et Fromm (p.65) signale que dans ce mode d'existence, *all that matters is my acquisition of property and my unlimited right to keep what I have acquired. The having mode excludes others; it does not require any further effort on my part to keep my property or make productive use of it*. En dehors de la notion des relations aux objets qui sont aux dépens des relations aux autres humains, il y aussi le problème même de la relation: *we should not be bound, tied, chained to what we own and what we have*…les choses *are not in themselves "bad," they become bad; that is when we hold onto them, when they become chains that interfere with our freedom and block our self-realisation*.

Les arguments de Fromm évoquent ainsi la différence entre le statique et l'enfermement de l'avoir et le mouvement, process et activité de l'être. L'accumulation peut mener à l'enfermement ou à l'asservissement[310]. Citant différentes études anthropologiques sur l'*entanglement* et la dépendance, Hodder (2014, p22) parle de l'enchainement qui est crée à cause du "Hau"[311] des choses et leur besoin d'être en mouvement. Les cadeaux, par exemple, seraient des responsabilités dont il faut se débarrasser rapidement - il serait impossible, pour les choses, d'être statiques. En termes économiques, l'acquisition des biens ferait partie de plusieurs effets de "*treadmill*"[312], que l'on pourrait traduire par le fait de faire du sur-place.

Dans le *positional treadmill*, l'acquisition des biens comme moyen d'acquérir et garder un statut social, est en lien avec la notion de consommation ostentatoire (*conspicuous consumption*). Cette consommation ostentatoire de biens de valeur était identifiée par Veblen[313] comme moyen de gagner de la respectabilité pour le *gentleman of leisure*. Veblen fait ainsi le lien entre le luxe et le loisir. Veblen décrit;

> *The superior gratification derived from the use and contemplation of costly and supposedly beautiful products is, commonly, in great measure a gratification of our sense of costliness masquerading under the name of beauty.*

---

[310] François Châtelet, Une histoire de la Raison, 1992 commente, en conversation avec E. Noel "Ceux qu'on appelle "sauvages" ont une idée très fine du problème que pose l'accumulation. Le fait qu'elle peut asservir et qu'il n'est pas mauvais de consommer les stocks."

[311] Cette explication du Hau, un concept Maori, noté en premier en anthropologie par Mauss, est celui de Ian Hodder.

[312] Mathias Binswanger, 2006, note quatre différents "treadmill effects" en lien avec la quête d'augmentation de revenus et d'acquisition de biens; positional treadmill, hedonic treadmill, multi-option treadmill et timesaving treadmill, dans Why does income growth fail to make us happier? Searching for the treadmills behind the paradox of happiness. *The Journal of Socio-Economics* 35 (2006) 366 - 381

[313] Thorstein Veblen, 1899, The Theory of the Leisure Class,

Cette forme de consommation correspond à l'idée de *terminal materialism*, le fait de désirer les objets pour eux mêmes[314]. La définition plus générale de matérialisme donné par Belk (2001) est la croyance que les possessions apportent le bonheur. Belk, note également que le plupart des études démontrent que les personnes plus matérialistes sont moins satisfaites de leurs vies que les personnes moins matérialistes. L'image, forcément négative, du matérialisme[315], contribue au fait qu'il peut être difficile d'admettre le plupart des relations aux objets.

Valérie Guillard, chercheuse en marketing et sciences de la gestion, identifie un comportement qu'elle nomme la tendance à tout garder, ou TTG. Tout en étant plus présent chez les personnes matérialistes[316] le TTG serait une construction clairement différenciée. Sa définition est la suivante:

> "La tendance chronique à tout garder est un déterminant personnel qui se manifeste chez certains consommateurs de façon stable et récurrente. Elle concerne des objets encore utilisables, dont les consommateurs n'ont plus l'utilité et qui ne valent pas la peine d'être vendus."

Cette recherche doctorale, primée, qui a également donné lieu à un livre[317] explore une tendance actuelle, "reflet d'une société de consommation tiraillée entre l'accumulation à outrance et le rejet du gaspillage"[318]. Ce qui est révélateur de ce travail de recherche, très complet, est l'a priori négatif donné à ce comportement. L'auteur parle par exemple de dysfonctionnements pour les consommateurs et leur environnement social, des freins à la mobilité. L'auteur signale dans sa conclusion que "nous avons plutôt envisagé les conséquences négatives de la tendance de certains consommateurs à tout garder"[319]. Le fait de garder est vu comme forcément problématique, voire étrange; "Nous verrons par ailleurs que la stratégie d'achat des consommateurs qui ont tendance à tout garder est souvent bien particulière. Les entretiens montreront que la plupart de ces consommateurs utilisent les objets « jusqu'au bout »

---

[314] Russell Belk, Materialism and You, 2001, in Journal of Research for Consumers. Citant Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton, Belk défini aussi le matérialisme instrumentale - le désir des objets pour ce qu'ils peuvent nous apporter.

[315] Stuart Walker, 2017, op cit p54, utilise aussi le terme "*naturalistic materialism*", qui serait la tentative expliquer la totalité de l'existence sans référence à la réalité transcendantale et de ce fait serait l'idéologie dominante responsable pour la situation environnementale actuelle.

[316] Valérie Guillard, La tendance de certains consommateurs à tout garder, 2009, thèse, Paris Dauphine; a testé le TTG contre l'échelle du trait de matérialisme établi par Russell Belk, 1995

[317] Valérie Guillard, *Garder à tout prix - Décryptage d'une tendance très tendance*, 2013, Vuibert

[318] Selon la description de l'éditeur du livre

[319] Dans sa conclusion, Guillard évoque la possibilité que cette tendance peut être vertueux, mais reste plutôt critique de l'idée. Un autre point intéressant de la conclusion est le constat que ce comportement étrange est partagé par un tiers du cohort de l'étude.

…" or sur le plan écologique il serait aisé de considérer que le fait d'utiliser jusqu'au bout des biens n'est pas, a priori, une tare.

Dans certains cas clairement le fait de garder des objets atteint, en effet, des niveaux très problématiques et devient une pathologie[320]. L'accumulation compulsive ou *hoarding* est défini comme; *the habitual practice of accumulating obsolete objects privately and the inability to dispose without clear conscious motivation or control*[321]. Le mot anglais est issu d'études sur le comportement des rats connus pour le fait de collecter et transporter une immense diversité (Cherrier & Ponnor, 2006) de choses. Cette version extrême de relation aux objets effraye, mais en partie car beaucoup de personnes peuvent s'identifier à ces comportements. Frost et Steketee[322] citent des études qui indiquent que 2 à 5 pour-cent de la population américaine aurait cette pathologie. Au moins deux tiers des personnes rencontrées par ces auteurs connaîtraient personnellement un cas signifiant de *hoarding*. Les auteurs signalent aussi que des exemples comme les frères Collyer à New York[323] deviennent aussi des formes de légendes urbaines. On pourrait les considérer comme des menaces proférées aux personnes ne sachant pas ranger et aux enfants qui ne rangent pas leurs chambres.

Sur une échelle plus familière, un bel essai de 1995 sur le *clutter*[324] propose un certain nombre d'arguments sur les problèmes de perception de cette matière[325] constituée de choses quotidiennes et encombrantes: ce "tout gardé". Dès que l'on nomme *clutter*, il s'agirait de l'identifier comme problème, comme matière *out of place*, c'est l'impulsion de collecter puis de détester ce trait de caractère et de passer cette rage sur l'objet. Le *clutter* serait instable et volatile, *clutter* est la revanche des objets sur le design et sur le monde. *Clutter* c'est aussi "*disordered things that impede movement or reduce effectiveness*". L'auteur suggère que notre désir de se débarrasser du *clutter* est comme l'envie nietzschéenne de se débarrasser de notre peau pour pouvoir changer d'avis et rester inventif. *Clutter* serait;

---

[320] *Hoarding* ou *compulsive hoarding* en anglais, l'accumulation compulsive est aussi nommé la syllogomanie

[321] Hélène Cherrier &Tresa Ponnor, Hoarding Behaviour & Attachment to Material Possessions, 2006

[322] Randy Frost & Gail Steketee, *Stuff: Compulsive Hoarding and the Meaning of Things*, Houghton Mifflin Harcourt, Boston, New York, 2010

[323] Le cas des frères Collyer, qui sert d'introduction au livre de Frost et Steketee, était un fait divers célèbre à New York en 1947, quand les corps des deux vieux frères étaient trouvés dans leur maison remplie du sol au plafond d'objets accumulés. 170 tonnes de débris était finalement retiré de la maison, qui était ensuite démolie. Les termes *Collyer house*, ou *Collyer tenant* existerait encore à New York pour designer ces comportements de remplissage des espaces vitales de *clutter,* et l'incapacité à maintenir les conditions sanitaires acceptables.

[324] Steve Baker, To go about noisily: clutter; writing and design, in Emigre No35, Summer 1995

[325] Comme le "stuff", clutter n'est pas facile à traduire, même si il est possible de trouver plusieurs mots en français qui s'y approche; encombrement, désordre, fouillis, fatras, bazar. Une nuance importante est que le clutter, tout comme le stuff, est aussi une matière constituée de choses, or l'encombrement ou le désordre sont des résultants, plus abstraits.

> *..that part of our "self" that escapes "our" control, "proper" control, and is all the more galling for being represented by dumb objects, disobedient objects'*

Ces arguments reprennent un certain nombre des thèmes déjà évoqués ici et contribuent à éclairer les raisons pour lesquelles certaines catégories d'objets et nos relations avec eux peuvent être ignorées ou souffrir d'un regard biaisé.

Le but de cette très courte présentation de ces thèmes n'est pas, bien-sûr, de chercher à justifier des comportements d'accumulation ou de matérialisme, ni de nier le rôle des objets et du design dans la crise environnementale. Il part plutôt du principe qu'il faut aborder la suite de cette étude sur nos relations plus pérennes aux objets en connaissance des biais qui existent et, de cette manière, maintenir notre recherche dans le contexte du quotidien et de sa complexité.

Certains arguments contre les relations avec les objets influencent la façon dont nous abordons les choses matérielles autour de nous. La façon dont les personnes vont conceptualiser et exprimer leurs relations aux objets - surtout usuels - est aussi influencée. La question n'est pas de savoir si ces arguments sont justes ou pas mais simplement de ne pas aborder le sujet des relations plus pérennes avec les objets usuels sans les avoir en tête. Il est aussi permis de se demander si certains des arguments (quoique justes) contre les relations aux objets nous rendent encore plus irresponsables en tant que consommateurs d'objets matériels.

1	***le trop**, ce qui déborde, le deluge*
2	***stuff**, matière informe*
3	*les **déchets,** choses sans valeur*
4	*la **transience***
5	***l'ineptitude des matériaux***
7	***confusion autour des matériaux***
8	***toxicité des matériaux***
9	***toxicité des comportements***
10	*les relations aux objets **nous rendent inhumain***
11	*relations **moralement répréhensibles***
12	*les possessions **nous enferment***
13	*les possessions **empêchent le mouvement***
14	***le matérialisme,** surtout le matérialisme terminale, sans but autre que lui-même*
15	*la **tendance à tout garder***
16	***hoarding/syllogomanie**, quand garder devient pathologique*
17	***clutter,** le désordre incontrôlé à tout chacun*

***Tableau 1,11.** Certains thèmes pouvant influencer négativement les relations aux objets*

2. CADRES THÉORIQUES POUR STRUCTURER LES RELATIONS AUX OBJETS

2.1 Quelles sont ces relations (durables)?

As design researchers, searching for clues within the complex product life space, we are drawn toward objects that matter – the photos of our children, letters from loved ones, the inherited watch from a long-passed grandparent or those shoes you wore at your wedding. Commonly, in product life research, we examine closely these emotionally durable objects, in the hope of discovering some secret to their success…….we overlook the weaker signals emitted by the myriad objects in the shallows. These objects characterize our experience of the everyday, and fill the rooms, cupboards and pockets of our daily lives.[326]

Dans ce texte, extrait d'un article présenté lors de la conférence PLATE[327], Jonathan Chapman évoque deux points très éloignés dans l'étendue possible de relations (durables) avec les objets. D'un côté il est question d'objets "*that matter*", on pourrait dire d'objets qui comptent, qui ont de l'importance et que Chapman qualifient plus loin "d'émotionnellement durables". De l'autre côté, il est question d'objets dans notre expérience du quotidien et émetteurs de signaux plus faibles. Il faut peut-être rappeler ici que notre recherche se situe bien dans ce "myriad d'objets" du quotidien.

Cette citation soulève deux points qu'il semble important de développer pour mieux définir le cadre de notre recherche. Il y a la notion d'échelle dans les relations aux objets (ici de profonde à superficielle) et, d'autre part nous trouvons une grande diversité lexicologique pour décrire ces relations, "*objects that matter, emotionally durable objects, experiences*…".

La citation situe aussi l'angle de vue sur le sujet des relations aux objets. Cet angle est celui du design et de la recherche en design (comme nous avons vu dans l'introduction, section 1). Les ressentis associés aux interactions humaines avec les artefacts sont des questions au coeur de la recherche et théorie en design (Love, 2002)[328]. Il s'agit donc d'un regard sur les relations aux objets toujours lié au contexte quotidien et à ce qui est applicable (pour la conception des objets).

Le lexique autour des relations aux objets, comme dans l'exemple ci-dessus, couvre des termes à l'étendue très large comme l'*expérience*, tout comme des concepts très précis. Restant

---

[326] Jonathan Chapman, Hadal or epipelagic? The depths, and shallows, of material experience. In *PLATE, Conference proceedings., Product Lifetimes And The Environment,* Nottingham, 17 - 19 juin, 2015. Cette première conférence international sur le sujet des durées de vies des produits et l'environnement s'est donné comme thèmes, parmi d'autres; le design pour la longévité des produits, la longévité des produits comme réponse "environnementalement" soutenable, des stratégies d'optimisation de durée de vie des produits…

[327] *ibid*

[328] Love parle d'un "*core topic*" pour le design

dans l'univers du design et des outils permettant de visualiser et de partager rapidement des idées, l'illustration (Figure 2,1) nous donne une première vue d'une partie, non exhaustive, du lexique des relations aux objets. L'ensemble des mots rassemblés est issu de la littérature sur les relations avec les objets dans la recherche en design et dans des domaines voisins.

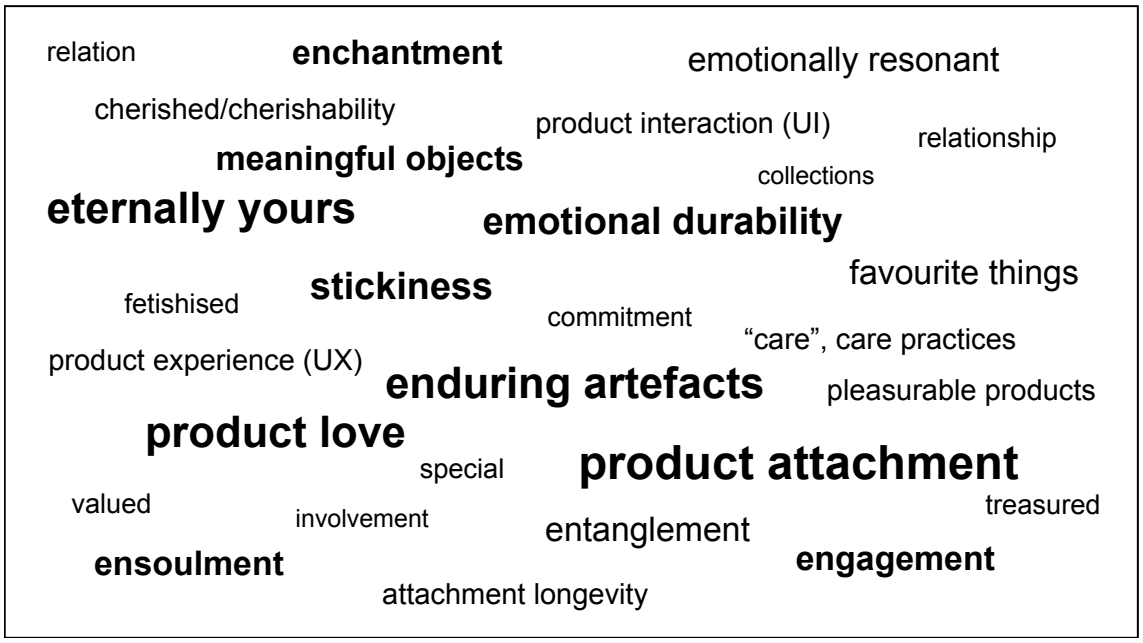


Figure 2,1. *Illustration du lexique autour des relations aux objets*

Nous pouvons distinguer des termes peu précis de langage courant[329]. Il y a aussi des termes décrivant des concepts beaucoup plus précis: *enduring artefacts*[330], *entanglement*[331]… Certains termes sont des domaines de recherche à part entière, très larges, comme *product experience*[332] ou plus focalisés comme *product attachment* (Mugge, 2008).

Une première tentative de classification permet d'isoler des termes, comme *product attachment*, qui décrivent un type de relation. D'autres termes décrivent plutôt la qualité de ces relations. Ailleurs, il est question de qualités des objets capables de générer des relations. Dans l'ensemble il n'y a qu'un petit nombre de termes qui évoquent nommément la longévité. Comme premier constat, nous pouvons dire qu'à l'intérieur de ce domaine, il est finalement question de sujets assez différents regardés par des faisceaux plus ou moins larges. Le regard peut être

---

[329] la majorité de la recherche dans ce domaine étant en anglais, la terminologie l'est aussi. Dans le mesure du possible dans la suite du chapitre, des traductions des termes seront proposées.

[330] *artefacts capables de durer*, une classification d'une type d'objets potentiellement plus écologique évoqué par Stuart Walker, Object Lessons: Enduring Artefacts and Sustainable Solutions, In *Design Issues,* Vol22, No.1 (Winter 2006), p 20 - 31, MIT Press, 2006

[331] *l'état d'être emmêlé* Hodder, 2014, *art cit*

[332] voir par exemple Paul Hekkert & Hendrik N.J.Schifferstein (eds.) *Product Experience*, Elsevier, 2008

également du côté de l'objet, positionné sur la relation entre l'objet et le sujet lui-même ou du côté de l'effet de la relation sur le sujet humain.

L'ensoulment et l'engagement

A l'intérieur même des termes décrivant des relations avec les objets, il peut y avoir une notion de point de vue et de direction dans la relation. Prenons, par exemple, l'*ensoulment*[333] et l'engagement dans ce cadre de relations avec les objets. L'*ensoulment* semble être une qualité générée par (ou incorporée dans) l'objet et créant un effet chez le sujet. L'engagement semble être plutôt lié à l'action du sujet vers l'objet, même si l'idée d'un engagement mutuel semble possible, ce qui ne serait pas le cas pour l'ensoulment.

Thévenot[334] signale que l'utilisation habituelle du terme d'engagement des théories de *practice* est celle d'un ajustement matériel avec le monde. Pour sa part, il emploie le terme pour sa capacité à exprimer cet ajustement matériel avec la notion d'une réponse qui revient vers l'agent. Il s'agirait, dans ce cas, de mouvements de l'acteur mais également des réponses de l'environnement à lui-même. Au-delà de cet ajustement mutuel, Thévenot considère que l'engagement contient un sens moral ou une forme de "bien" qui gouverne l'intervention.

Ces sens, issus de la sociologie, sont plus larges et plus neutres que la définition donnée dans le domaine de l'interface utilisateur (UI design). L'engagement y devient une qualité dans l'expérience des technologies par l'utilisateur à un niveau supérieur à la facilité d'utilisation[335]. L'engagement est un moment dans l'interaction avec une technologie quand l'utilisateur va au-delà du niveau de routine ou mécanique et s'investit dans cette interaction[336]. Le niveau d'engagement est donc un gage du succès dans la réponse humaine à l'interface et serait peut-être capable de laisser une impression durable. Dans le cadre des expériences d'interaction, l'engagement serait caractérisé par des attributs de "*challenge, positive affect, endurability, aesthetic and sensory appeal, attention, feedback, variety/novelty, interactivity and perceived user control*"[337]. Dans le modèle proposé par O'Brien et Toms il y a quatre phases distinctes dans

---

[333] terme introduit par Nelson et Stolterman, 2003, pour une mécanisme dans une relation objet-sujet capable de force et/ou pérennité. Possibles traductions; "l'infusion d'âme" ou "l'incorporation d'âme" voir ci dessous pour plus de détail

[334] Laurent Thévenot, Pragmatic Regimes Governing the Engagement with the World, in Knorr-Cetina, K., Schatzki, T. Savigny Eike v. (eds.), *The Practice Turn in Contemporary Theory*, London, Routledge, 2001, p.56-73 On pourrait aussi citer Albert Borgmann, *Technology and the character of contemporary life: A philosophic inquiry.* 1984, L'engagement humain comme processus d'influence mutuelle entre humain et objet à travers une interaction active.

[335] Heather O'Brien & Elaine Toms, What is user engagement? A conceptual framework for defining user engagement with technology. in *Journal of the American Society for Information Science and Technology,* April 2008

[336] ibid, citant Norman, Ortony & Russell, Norman, D.A., Ortony, A., & Russell, S M. (2003). Affect and machine design: Lessons for the development of autonomous machines. IBM Systems Journal, 421(1), 38–44.

[337] *ibid*, p7

l'engagement: le point d'engagement, l'engagement, le désengagement et le ré-engagement. Les attributs cités ci-dessus seront présents à des niveaux d'intensité variables dans la phase centrale d'engagement. Cet état, caractérisé par des émotions positives, durera autant que l'utilisateur pourra maintenir son attention et son intérêt dans l'interface. Pour les auteurs, cet état d'engagement est moins focalisé et moins coupé de l'environnement que l'état de "flow", théorisé par Mihalyi Csikszentmihalyi[338]. Il est important de noter que la définition d'engagement proposée par O'Brien et Toms semble s'appliquer à une relation de durée relativement courte quoique, peut-être, répétée.

Commitment et involvement

En tant que termes pour décrire les relations avec les objets, les mots *commitment* et *involvement* semblent très proches de la notion d'engagement[339]. Dans son "*Psychology of User Experience*"[340], Phil Turner propose *involvement* comme terme pour remplacer les termes "utilisation" ou "interaction" dans sa nouvelle définition de UX ou user experience. L'experience (en rapport avec les technologies digitales) comprendrait trois éléments: *involvement*, l'affect et l'esthétique. *Involvement* pour Turner élargit le regard sur l'expérience: *it embraces being-with technology, treating it as though it were a person, appropriating it, enjoying its vicarious use and, of course, interaction*. Il s'agit ici de mots plus justes pour décrire les relations plus proches et plus humanisées avec les produits et technologies de l'univers surtout digital.

Les termes *involvement* et *commitment* sont utilisés par Kaj Ilmonen dans une description du rôle actif joué par les objets dans notre quotidien, en devenant des partenaires pour nous aider à y faire face.[341] Cette relation de "*involvement in and commitment to goods*", dans la sociologie de la consommation, a un statut similaire à celui de l'engagement décrit par Thévenot, ci-dessus. Il s'agit d'un aller-retour entre sujet et objet et d'un rôle "actif" de ce dernier. D'où les biens qui, "loin d'être seulement passifs, peuvent influencer au contraire activement nos vies…." Ilmonen évoque aussi le bon traitement que nous sommes capables d'accorder à ces objets, le fait que nous en prenons soin, même quand leur utilisation est devenue majoritairement routinière. Les objets du quotidien peuvent aussi "devenir des objets de soin passionné et d'attraction

---

[338] Mihali Csikszentmihalyi, Flow: The psychology of optimal experience. New York: Harper & Row. "*Flow est la condition dans lequel "people are so involved in an activity that nothing else seems to matter; the experience itself is so enjoyable that people will do it even at great cost, for the sheer sake of doing it."*

[339] *engagement* est donné comme traduction française possible du mot anglais "*involvement*" dans le Larousse (www.larousse.fr), et sur le même source "*commitment"* serait une traduction possible pour engagement.

[340] Phil Turner, *A Psychology of User Experience*, *Involvement, Affect and Aesthetics*, Springer International, 2017

[341] Kaj Ilmonen, 2004, The Use of and Commitment to Goods, Journal of Consumer Culture, Vol 4 (1):27 - 50

importante"(Ilmonen, 2004). Cette dernière citation permet de constater un point, détaillé un peu plus loin dans ce chapitre, d'une possible échelle d'implication émotionnelle dans les relations avec les objets: depuis des comportements quotidiens à des comportements exceptionnels.

Singularisation et attachement

La notion d'un niveau d'implication avec le terme d' "Involvement" est évoqué dans le contexte de *product attachment* (Mugge,2008), un des types de relation aux objets les plus définis dans les domaines du design et du marketing. *Involvement* serait la propriété d'une relation entre une personne et une catégorie de produits, soit un type de relation moins singularisé que l'attachement qui est défini comme un lien émotionnel fort d'un consommateur avec un produit spécifique.[342]

Cette notion de singularisation dans le contexte de biens de consommation vient d'un article largement cité par Igor Kopytoff de 1986. Le terme de singularisation est utilisé par Kopytoff[343] pour décrire le processus par lequel un objet sort du statut de commodité[344] et ne peut plus être échangé. Kopytoff signale que le fait d'être une "non-commodité" veut aussi dire ne pas posséder de prix, avec une échelle allant d'une valeur unique à uniquement sans valeur (uniquely valable to the uniquely worthless). Dans le processus de singularisation privée décrite par Kopytoff, la longévité de la relation avec un objet, même ordinaire, peut créer une sacralisation de l'objet. Il est possible ainsi d'imaginer une autre échelle pour positionner une étude sur les relations avec les objets allant de commodité, de-commodification, singularisation et enfin sacralisation.

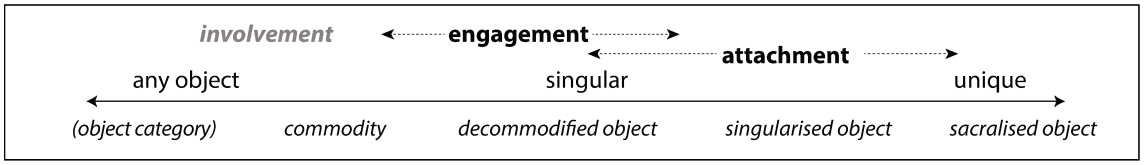


***Figure 2,2**. Echelle de singularisation et d'implication*

Bonnot (2014) évoque une gradation qui se construit entre l'objet le plus commun et l'objet-personne, singularisé par son histoire. Il est important de noter qu'évidemment un objet singularisé ou même sacralisé peut redevenir une commodité.

---

[342] ibid, la phrase précise; "*product attachment is defined as the strength of the emotional bond a consumer experiences with a specific product*" peut porter à confusion, suggérant que l'attachement égal *force*, plutôt que *lien* d'où la traduction ci dessus.

[343] Igor Kopytoff, The cultural biography of things: commoditization as process, in Appadurai, 1986, T*he cultural Biography of Things*, Cambridge University Press

[344] Kopytoff, p74, l'objet de-commodifié peut aussi être "redéfini" par l'individu.

La notion d'attachement, comme celle d'engagement ou *involvement*, démontre le fait que ces termes sont plurivoques. Leur utilisation au sein de la recherche en design (et dans la recherche en marketing/consommation) ne correspond pas forcément à celle d'autres domaines comme la sociologie ou la philosophie. Le *product attachment* est détaillé dans le chapitre suivant. La notion d'attachement est également utilisée par Bruno Latour, en 2000, pour enrichir sa sociologie des réseaux[345]. Il propose de passer de la notion de réseau, ou acteur-réseau, aux réseaux d'attachements, pour "refondre la nature et la source de l'action". Sans rentrer ici dans la théorie des réseaux, les utilisations et les explications du terme de l'attachement sont très utiles dans la discussion autour des relations avec les objets. "L'attachement désigne à la fois ce qui émeut, ce qui met en mouvement, et l'impossibilité de définir ce faire faire par l'ancien couplage de la détermination et de la liberté"[346]. Autrement dit, l'attachement comme concept permet à Latour de décrire ce qui se passe[347] dans le domaine du "faire faire", entre le passif et l'actif, et entre la détermination et la liberté. L'attachement comme notion de quelque chose qui nous fait agir est peut-être plus facile (et positif) que le "*faitiche*"[348] de Latour, notion assemblée à partir du discours positif et rationnel (les faits), et le discours critique et irrationnel (les fétiches). Pour Latour la notion d'attachement permet de réfléchir sur les attaches, de savoir si l'on est bien ou mal attaché. La notion d'attachement obligerait à se focaliser sur les actions et les particularités des actants, aux spécificités individuelles. Le vocabulaire même de l'attachement est "riche, indéfini, protéiforme, ubiquiste, nuancé"[349].

L'importance de l'action et du faire faire issue de la définition de Latour est peu présente dans la définition de l'attachement au sein de la recherche en design. Pour d'autres aspects, il y a plus de concordance, comme l'acceptance d'une relation spécifique, individuelle et complexe. Un des textes fondateurs identifiant l'attachement comme comportement de consommation utilise la chanson "*These are a few of my Favourite Things*"[350] comme point de départ. Il s'agit bien d'une focalisation sur les choix très individuels. La définition: "l'attachement comme propriété multidimensionnelle de la possession matérielle d'un objet représentant le degré de lien perçu par l'individu entre lui-même et un objet en particulier", évoque un lien perçu par l'individu, ce

---

345 Bruno Latour, Factures/fractures, de la notion de réseau à celle d'attachement, in André Micoud et Michel Peroni, *Ce qui nous relie*, editions de l'Aube, La Tour d'Aigues, 2000

346 *ibid*

347 *ibid*, citant Beneviste 1974, et "la voix moyenne" grec, forme des verbes qui n'est ni active ni passive.

348 voir Latour, *Petite réflexion sur le culte moderne des dieux Faitiches*, Les Empêcheurs de penser en rond, Paris 1996.

349 Latour 2000

350 Susan.E.Schultz-Kleine, Robert.E.Kleine, Jerome.B.Kernan, 1989, "These are a few of my favourite things" Toward an explication of Attachment as a Consumer Behavior Construct. Advances in Consumer Research, Vol 16

qui semble très loin de Latour. Ceci tend à démontrer que les définitions dans la recherche en design et consommation risquent de fermer, peut-être, certaines voies de réflexion.

Objets favoris et chéris

Pour décrire l'attachement, l'article de Shultz, Kleine et Kernan (1989) utilise beaucoup de termes listés dans l'illustration du début de ce chapitre, qui sont des qualités des objets et non des qualités relationnelles. Il s'agit, plus précisément, de qualités objectales subjectives, en lien avec une relation; *favourite*/favorites, *cherished*/chéries, *valued*/valorisées. Dans la recherche de Shultz et al. et celles qui l'ont précédées[351], les participants devaient commenter leur possessions favorites, les plus chéries. Tout en cherchant à établir une construction de l'attachement allant des attachements faibles aux attachements forts, ces recherches semblent privilégier les relations plutôt exceptionnelles. Pour des recherches sur les relations du quotidien, les termes comme chéri ou favori ne sont probablement pas les plus adaptés. Ce qui reste néanmoins pertinent et en rapport avec l'attachement de Latour, est le fait que les adjectifs chéri ou valorisé et les verbes dont ils sont issus (chérir et valoriser) peuvent être des verbes d'action en rapport avec l'objet. Ils évoquent aussi, dans ce cas, ce que le lien ou la relation nous fait faire.

Les sens particuliers, meaningful objects

D'autres termes, décrivant la qualité des objets dans les relations de manière un peu moins polarisée, sont présents dans la recherche en design. Nous pouvons citer les "*pleasurable products*" de Patrick Jordan (2000) et les "*meaningful product relationships*" de Battarbee et Mattelmaki[352]. Le *pleasurable product* n'est pas une recherche sur des relations existantes, mais plutôt une proposition d'un niveau de qualité à atteindre dans le design des objets, les produits ne devant pas seulement être faciles à utiliser mais doivent être de surcroît, agréables et plaisants. Il est, bien-sûr, question d'objets dans l'action et dans leur utilisation. Le cadre théorique qui sous-tend la proposition de Jordan sera développé dans les chapitres suivants.

Le terme "*meaningful*" est très présent dans la recherche en design sur les relations aux objets. L'article cité ci-dessus sur les *Meaningful Product Relationships* se situe, comme le travail de Jordan, dans la recherche appliquée. A travers une étude sur 113 personnes, Battarbee et Mattelmaki ont cherché à explorer les produits qui ont des *meanings* (sens) particuliers pour les

---

[351] Par exemple Dwayne Ball & Lori Tasaki, The Role and Measurement of Attachment in Consumer Behavior, article dans Journal of Consumer Psychology 1(2):155-172 · April 1992

[352] Katja Battarbee & Tuuli Mattelmaki, Meaningful Product Relationships, in proc. Design and Emotion Conference, 1-3 July, Loughborough 2002

individus. Ils ont classé ces relations en trois catégories: dans la catégorie de "*meaningful tool*", l'activité plutôt que l'objet impliqué a du sens pour l'individu. Les auteurs suggèrent que dans cette relation, l'objet physique peut être, à tout moment, remplacé par un autre outil, meilleur ou plus simple. L'idée qu'un sens utilitaire (*utilitarian meaning*) ne serait pas suffisant pour générer un attachement est soutenu également dans la recherche de Mugge (2008, p13) et semble démontrer le peu d'importance accordée à l'action et à l'utilisation dans ces théories. La prochaine catégorie, "*meaningful association*" évoque des produits avec un sens qui se réfère à quelque chose en dehors de l'objet: l'identité de soi, un souvenir, une autre personne, une émotion, une histoire. Cette catégorie est proche des définitions de "product attachment", qui emploient des termes tels que "*special meaning*"[353], *deep meaning*[354]. La dernière catégorie, "*living objet*" décrit un lien émotionnel (*emotional bond*) entre la personne et un produit spécifique, où le produit est devenu un compagnon avec une personnalité et une âme, et dont on prend soin.

Le "prendre-soin-de-l'objet" comme résultat et composant de cette catégorie de relation objet-sujet s'approche de plusieurs autres types de relations déjà commentés ici. Par contre, les notions de lien émotionnel et, encore plus, les notions d'âme et de personnalité semblent éloignés des expériences habituelles et quotidiennes.

L'amour des objets, le quasi-autre

Les relations plus extrêmes sont abordées dans un domaine de recherche sur les relations avec les produits sous le thème d'amour pour les objets, ou *product love*. Si les définitions autour de ce concept diffèrent, un point reste constant: c'est le rapprochement entre l'amour pour les objets et l'amour interpersonnel. Dans la notion de "*deep-love*" explorée dans le contexte des relations avec des objets par Jung et al.[355], les auteurs évoquent le concept de "*quasi-other*": c'est à dire quelque chose de présent pour nous d'une manière presque mais pas entièrement humaine. Le concept de *quasi-other*[356] apparaît dans une caractérisation des relations entre les humains et la technologie. Ihde y décrit trois types de relations conscientes[357]: liées à l'incorporation (*embodiment*), l'herméneutique, et l'altérité. Le concept de *quasi-other* s'inscrit dans ce dernier

---

[353] Mugge, 2008

[354] Schultz, Kleine & Kernan, 1989

[355] Heekyoung Jung, Shaowen Bardzell, Eli Blevis, James Pierce & Erik Stolterman, How Deep is Your Love: Deep Narratives of Ensoulment and Heirloom Status. *International Journal of Design*, 5(1), p59-71, 2011

[356] Don Ihde, *Technology and the lifeworld: From garden to earth.* Bloomington, Indiana University Press, p72 - 108, 1990

[357] *ibid*; Ihde precise qu'il s'agit de relations marqué par une conscience de soi (*self-awareness*) impliquée, d'activités focales et centrales, et non des relations en marge ou en arrière plan (*fringe and background phenomena*)

type de relation où Ihde adopte le principe d'altérité[358] ou "*technology-as-other*" pour décrire une façon positive dont les humains interagissent avec les technologies. Ihde donne un sens à l'altérité technologique plus fort qu'un simple statut d'objet, mais plus faible que l'altérité trouvée dans les domaines animaux ou humains. L'altérité technologique serait une quasi-altérité. Il est aussi question d'une échelle dans cet anthropomorphisme ou personnalisation des artéfacts. Cette échelle irait de la recherche en intelligence artificielle qui imite l'humain, jusqu'aux affections triviales et sans danger pour des artéfacts; "*to find oneself "fond" of some particular technofact as, for instance, a long-cared-for automobile which one wishes to keep going and which may be characterized by quite deliberate anthropomorphic terms*"[359].

La notion de *deep-love* de Jung et al. serait simplement une façon métaphorique de nommer ou de décrire ce qui motive les relations durables entre les humains et les choses, rejoignant ainsi l'exemple de Don Ihde sur une possible qualité de pérennité. D'autres recherches pour conceptualiser l'expérience d'amour disent, au contraire, que l'amour pour un objet n'implique pas forcement de l'attachement ou de la loyauté envers l'objet.[360]

Whang et al., tout comme d'autres auteurs[361], notent que l'utilisation du mot "*love*" est très courant quand les personnes décrivent leurs relations avec certains objets. La recherche de Whang et al. avait comme but de comprendre si l'amour pour un objet peut ressembler à l'amour pour un autre être humain. Utilisant, comme cohorte, 179 motards participants à un festival de moto en Floride, les auteurs signalent des résultats démontrant une bonne cohérence entre les relations romantiques interpersonnelles réussies et celles des motards avec leur moto (avant tout des propriétaires de Harley-Davidson). Basé sur des typologies de comportements amoureux utilisées pour décrire des relations interpersonnelles[362], l'amour pour les motos était avant tout composé d'une notion d'idéal de beauté et de l'importance d'une interaction hédoniste et fonctionnelle avec l'objet (par exemple le besoin de maintenance et de soin). "*Bikers love for their bikes involves feelings that are possessive (Mania), caring (Agape) and passionate (Eros)*.."[363]"

---

[358] *ibid*: Ihde cite Levinas pour son emprunt de la notion d'altérité, et le propose comme moyen d'éviter la vision négative de la technologie de Heidegger.

[359] *ibid*, p98

[360] Yun-Oh Whang, Jeff Allen,Niquelle Sahoury & Haitao Zhang, Falling in Love with a Product: The Structure of a Romantic Consumer-Product Relationship, Advances in Consumer Research, Volume 31, 2004, p325

[361] *ibid*, (et Beatriz Russo & Paul Hekkert, On the Conceptualization of the Experience of Love: The Underlying Principles, in Designing Pleasurable Products Conference, (DPPI) 2007

[362] ibid, citant Lee, 1977, A Typology of Styles of Loving, Personality & Social Psychology Bulletin, 3, 173 - 182, ou il est question de 6 dimensions ou "love styles" clairement differenciables.

[363] Whang et al, 2004, p325

L'étude de Jung et al. conclue avec deux notions fortes trouvées dans l'analyse des rapports avec des objets particulièrement aimés: la *rareté* (perçue) de l'objet et le "*aficionado-appeal*" de l'objet. Cette dernière notion, qui peut-être proche de la forme d'interaction mentionnée dans les relations avec les motos, est décrite comme une forme de connaissance très spécifique et détaillée accumulée par l'investissement du temps et de l'effort avec un apprentissage et un contrôle et/ou une maitrise des fonctionnalités.

L'aficionado, de Jung et al., a une relation en forme de processus d'apprentissage et d'engagement[364] avec un objet qui le rend plus conscient des différences subtiles, des détails, qui, comme on l'imagine, doivent contribuer, tout comme l'accumulation de connaissances, à son plaisir lié à l'objet.

L'enchantement et les objets enchantés

Les termes d'enchantement et d'objets enchantés ont des points communs avec ceux qu'on vient d'aborder. Il s'agit d'abord de termes utilisés dans une vision (très) positive des rapports avec le monde actuel[365] et avec les nouvelles technologies[366]. Dans son livre, The Enchantment of Modern Life, Jane Bennet explore ce qu'elle décrit comme le potentiel éthique d'un état (*mood*) d'enchantement[367]. A l'encontre d'une caractérisation désenchantée du monde, l'enchantement encouragerait un attachement affectif à l'environnement. Etre enchanté c'est être "*struck and shaken by the extraordinary that lives amid the familiar and the everyday*"[368], et cet état permettrait de la générosité éthique et de l'ouverture aux autres. Bennet décrit l'enchantement comme une rencontre momentanée et immobilisante, avec une activité sensorielle accrue.

> *"You notice new colors, discern details previously ignored, hear extraordinary sounds, as familiar landscapes of sense sharpen and intensify. The world comes alive as a collection of singularities."*

La notion d'enchantement de Bennet traite des moments où des instants ou d'une disposition que nous avons envers l'environnement et les objets.

---

[364] Jung et al, p67

[365] Jane Bennett, *The Enchantment of Modern Life,: Attachments, Crossings and Ethics*, Princeton University Press, 2001

[366] David Rose, *Enchanted Objects: Design, Human Desire and the Internet of Things,* Scribner Book Company, 2014

[367] Bennett 2001, p4

[368] Bennett, 2001, pp 1-15

La notion d'enchantement est déjà évoquée par Arendt, le "*extraordinary and infectious charm*" de ce qui n'a pas d'importance dans la sphère publique, le fait d'être "*happy among small things*"[369]. Ce petit bonheur "*within the space of their own four walls, between chest and bed, table and chair, dog and cat and flowerpot, extending to these things a care and tenderness which, in a world where rapid industrialization constantly kills off the things of yesterday to produce today's objects, may even appear to be the world's last, purely humane corner* (Arendt, 1958, p52). Il est ici question d'un enchantement comme rampart contre la nouveauté, ce qui diffèrent un peu de Bennett et de Rose.

La proposition d'objets enchantés (*Enchanted Objects*) de David Rose concerne plutôt une description d'une catégorie d'objets et une prescription pour les créer. Les références pour les objets enchantés de Rose se trouvent dans les histoires et les contes (le sifflet magique, le tapis volant). Mais il s'agit bien d'objets ordinaires s'appuyant sur la technologie pour créer un peu de magie, une interaction plus satisfaisante et une réponse émotionnelle. Comme dans le concept de Bennett, Rose suggère que l'objet ordinaire devenu extraordinaire va améliorer votre vie.[370]

> *Enchanted objects start as ordinary things - a pen, a wallet, a shoe, a lightbulb, a table. The ordinary thing is then augmented and enhanced through the use of emerging technologies - sensors, actuators, wireless connection and embedded processing - so that it becomes extraordinary. The enchanted object then gains some remarkable power or ability that makes it more useful, more delightful, more informative, more sensate, more connected, more engaging, than its ordinary self. As the ordinary thing becomes extraordinary, it evokes an emotional response from you and enhances your life.*

Les objets enchantés de Rose sont très clairement situés dans l'IoT (*Internet of Things*). Cette catégorie d'objets, pour lui, n'est ni la robotique, ni les interfaces à écran, ni les prosthétiques. Elle se base sur des interfaces tangibles attachantes, 'affordantes', gestuelles, tactiles, personnalisées et durables[371]. Il peut être intéressant de comparer la notion d'enchantement de Rose avec celle de l'anthropologue Alfred Gell[372], qui appelle le sortilège que les "*speaking, beeping and flashing*" objets ont sur nous l' "*enchantment of technology*". Un enchantement qui nous ensorcelle et qui modifie notre façon de voir le monde; "*the power that technical processes have of casting a spell over us so that we see the real world in an enchanted form*".

---

[369] Hannah Arendt, *The Human Condition*, University of Chicago Press, 1958

[370] Rose, 2014, p47

[371] *ibid*, les 7 qualités listés sont "*Glanceability, Gesturability, Affordability, Wearability, Indestructability, Useability, Loveability*, "

[372] Michael Leube, A renaissance of animism: a meditation on the relationship between things and their makers, in ed. Chapman J. Routledge Handbook of Sustainable Product Design, 2017, p42, citant Gell, 1992

Relations pérennes, ensoulment et stickiness

La notion d'*ensoulment*, déjà mentionnée, est utilisée comme la notion d'enchantement de Rose, en tant que prescription pour le design des produits, surtout dans le design d'interaction. A la différence de l'enchantement, l'*ensoulment* est présenté avant tout comme une qualité globale avec un potentiel de pérennité (*timelessness*) et génératrice de comportements de soin[373].

La version d'*ensoulment* décrite par Jung et al., détaillée ci-dessus pour sa proximité avec la notion de *product love*, peut, selon les auteurs, générer soit plus de consommation, soit un comportement de préservation, de ré-utilisation et d'adaptation. En tant que principe pour le design durable l'*ensoulment* aurait ainsi du potentiel mais présenterait aussi des risques.

Un point ne semble pas très clair dans les définitions d'*ensoulment*. Le supplément d'âme perçu dans un objet peut-il venir du design et de la production? Cette qualité vient-elle petit à petit avec les interactions avec l'objet, avec les accumulations de connaissances sur l'objet et avec les adaptations portées à l'objet? Nelson & Stolterman (2003) évoquent l'idée que si le design et la production d'un artéfact reflètent beaucoup d'efforts, de focalisation, d'énergie, d'attentions aux détails, si les producteurs y ont "mis leur âme", l'objet peut être "*ensouled*" et reconnu par le destinataire comme ayant plus de valeur. La notion "d'âme" peut être utilisée[374] pour décrire la qualité trouvée dans les objets conçus et fabriqués avec une attention soignée à l'égard des détails. Si l'étude de Blevis et Stolterman explore les *ensouled artefacts* afin de comprendre les qualités et caractères qui font de leurs destinataires de 'gardiens soigneux' (*make people into good caretakers*), leur conclusion est que le comportement des gens envers les objets reste aléatoire et difficile à prédire. Dans les principes trouvés dans l'exploration de l'ensoulment de Jung et al., une qualité intrinsèque de l'objet peut attirer et créer de l'affection comme point de départ pour un processus d'accumulation de sens (meaning) à travers l'apprentissage, l'interaction et les adaptations pour en faire un objet unique[375].

Parmi les différents termes explorés jusqu'ici, seule la notion d'*ensoulment* traite la question des relations plus pérennes avec les objets. Avant de présenter quelques autres concepts de relations durables dans la sphère du design, il peut être utile de mentionner un concept issu du marketing, actuellement utilisé dans les nouveaux médias et sur l'Internet. Tout comme le "*product love*", le "*stickiness*" est apparu dans des discussions que j'ai eues avec des designers à l'évocation du sujet de cette thèse. *Stickiness* correspond à la qualité d'être collant, de rester

---

[373] Eli Blevis & Erik Stolterman, Ensoulment and Sustainable Interaction Design, in IASDR, HongKong, 2007

[374] Blevis & Stolterman, 2007, citant Hillman, J. 1992, *The Thought of the Heart & the Soul of the World*

[375] Jung et al, 2001, p68

attaché à toute surface touchée. C'est un terme utilisé pour décrire la capacité d'idées, histoires ou concepts à perdurer et à rester dans l'esprit des gens. Les idées qui "collent" ou perdurent auront en commun des éléments inattendus pour attirer l'attention et les sortir des schémas automatiques. Ensuite, ce seront des histoires simplifiées par le biais d'images symboliques ou de métaphores, d'histoires ou d'idées émotionnelles ayant un lien avec l'identité de soi. Ce seront des histoires ou des idées tangibles[376]. Il n'est toutefois pas certain que les principes liés à la pérennité des idées soient transférables à la pérennité des relations avec des objets physiques.

Il est également intéressant de noter ici que le psychologue Serge Tisseron[377] utilise le terme d'adhésivité dans le contexte des relations aux objets transitionnels. "Ce qui définit la relation à l'objet fétiche c'est en effet "l'adhésivité", autrement dit le contraire du jeu". Il y a adhésivité quand l'objet transitionnel se transforme en objet fétiche et en relation figée, devenant ainsi un attachement durable sans aller-retour utile pour la construction psychique (de l'enfant).

'Eternellement votre' et la durabilité émotionnelle

Un des premiers programmes de recherche sur le design d'objets soutenables (*design for sustainability*) par la prolongement des relations objet-sujet est né aux Pays Bas en 1995 et s'appelle *Eternally Yours*. Ce programme a été créé pour combattre une situation où, selon les chercheurs, les produits n'avaient pas le droit de vieillir de façon digne et ne se prêtaient facilement ni à la réparation, ni à l'adaptation aux évolutions technologiques[378]. L'approche de la recherche d'*Eternally Yours* était de partir des trois niveaux de durée de vie (*lifespans*) d'un objet: la durée de vie technique (la capacité à continuer à fonctionner), la durée de vie économique (les coûts d'entretien et réparation contre les coûts de remplacement) et la durée de vie psychologique. Ces notions de durée de vie étaient ensuite croisées avec les facteurs qui poussent le consommateur à se séparer d'un produit; son état psychologique; les facteurs extrinsèques à l'objet (liés à la situation et de l'environnement), et les facteurs intrinsèques ou qualités de l'objet. L'attention d'*Eternally Yours* se portait avant tout sur les qualités de l'objet et la durée de vie psychologique. Muis cite la proposition d'Ezio Manzini d'une "nouvelle génération de produits capables de vieillir dignement et lentement pour devenir nos partenaires

---

[376] Chip Heath & Dan Heath, Made to Stick; *Why some ideas survive and others die*, Random House, 2007

[377] Serge Tisseron, *Comment l'Esprit vient aux Objets*, (1999), puf, 2016,

[378] Henk Muis, Liesbeth Bonekamp, Ed van Hinte, Arnold Odding, Cultural and Social Aspects of Sustainable Product Development, the research and development program Eternally Yours, in: 2nd European Round Table, theme 3: sustainable product development, 1995

de vie et soutenir nos souvenirs."[379] *Eternally Yours* a proposé trois pistes pour prolonger la vie (*service life*) d'un objet: à travers les formes et matériaux, à travers les services (par exemple de soutien, entretien et réparation) et finalement par les signes et les scripts, c'est-à-dire les histoires et les significations[380]. Le but du groupe était de trouver les moyens de concevoir des produits capables de générer des attachements plus forts. Comme mise en garde, Manzini a commenté qu'il n'est pas possible de se sentir attaché à tout et à chaque produit. Tous les produits ne doivent pas être *Eternally Yours*[381]. Verbeek considère que les produits chéris ne constituent pas un bon modèle pour la durabilité culturelle voulu par ce groupe de recherche et qu'il ne faut pas chercher une dévotion pour les produits mais un attachement.

Emotionally Durable Design[382] est un autre principe pour générer des relations plus longues avec les objets avec, comme base, l'idée de Manzini d'objets partenaires-pour-la-vie. Chapman (2005) propose un nouveau genre spécialisé en design avec, comme but, des expériences plus profondes et poétiques avec les objets. Les objets "émotionnellement durables" facilitent le ralentissement de la consommation car ils possèdent des sens (*meanings*) qui évoluent et grandissent avec le consommateur. Ces produits doivent être dynamiques et flexibles, pour répondre aux besoins changeants des utilisateurs. Pour cette durabilité émotionnelle, l'utilisateur lui-même n'est plus un simple spectateur mais devient pleinement engagé dans une relation réflexive et co-dépendante avec l'objet. L'empathie et l'émotion sont aussi des éléments importants de ce projet et sont souvent mis en parallèle avec les relations interpersonnelles.[383]

Au-delà d'un parallèle avec des relations interpersonnelles, Michael Leube[384] suggère que la durabilité émotionnelle imaginée comme solution de design par Chapman est une forme d'animisme. Leube appelle "*purposeful animism*" l'idée de concevoir des relations animistes entre des objets et les utilisateurs de ces objets. Ce concept se rapproche aussi de l'*ensoulment* mentionné plus haut. Leube considère qu'on peut parler d'animisme si on accepte que les objets ont une "âme". Leube définit l'animisme, pour le context des objets dans le domaine du design,

---

[379] Muis et al., 1995, citant Manzini, directeur du département design du Domus Academy,

[380] Verbeek, 2005, p222, les trois projets avaient pour nom; Shape'n Surface, Sales'n Services, Signs'n Scripts.

[381] Verbeek, 2005, p224

[382] Chapman, 2005

[383] Jonathan Chapman, Subject Object Relationships and Emotionally Durable Design, in: Cooper, Tim, ed. *Longer Lasting Solutions: Advancing Sustainable Development Through Increased Product Durability*. Ashgate, London, 2010

[384] Leube, 2017, *op cit.*

comme le fait d'héberger un esprit (*things regarded as housing a spirit…are more likely [to be] revered and protected*).[385]

Chapman, lui-même, questionne, dix ans après son premier livre sur la durabilité émotionnelle le réalisme d'une approche centrée sur les objets aussi idiosyncrasiques (ou marqués émotionnellement) dans l'article cité en introduction à ce chapitre[386]. Il reste néanmoins attaché à l'idée de produits capables d'engager des utilisateurs dans des expériences plus profondes (*greater experiential depth*) où il exclut les produits en tant que signifiants d'identité ou de position sociale. Chapman fait une différence importante entre "*the things that matter*" et "*things that we use to communicate status, identity and self to others*".[387]

Une qualité qui semble proche de "emotional durability", est le "*affective sustainability*" de Borjesson[388]. Cette recherche se base d'abord sur les qualités identifiées dans les objets ou designs "classiques" pour ensuite aborder leur applicabilité sur de nouveaux produits. Cette approche est similaire à celle de Stuart Walker et du concept de "*Enduring Artefacts*"[389]. Ce concept se base sur l'identification de qualités présentes dans des artéfacts qui ont existé sous différentes formes depuis des centaines d'années et qui existent encore aujourd'hui. Walker parle de trois catégories dans lesquelles il est possible de classer ces objets d'importance pérenne pour les êtres humain (*enduring importance in supporting human existence*): des objets essentiellement fonctionnels, des objets socio/positionnels et des objets inspiratoires/spirituels. Pour Walker, les objets ayant les qualités spirituelles et socio/positionnelles, ou bien des objets avec les trois qualités ont le plus de potentiel comme modèle pour créer des objets durables. Sur ce point il semble être en contradiction avec la position de Chapman et les objets non-identitaires. Il faut noter que, si le modèle de départ est l'objet capable de durer (et non sa possession), Walker évoque bien des qualités qui vont empêcher un comportement de remplacement dans une relation sujet-objet. Il s'agit d'objets avec une forte identité comme bien personnel (*powerful sense of personal possessioness*). Avec l'exemple, donné par Walker, du rosaire, ce concept s'appuie fortement sur le sens profond (*higher meaning/deeply meaningful*[390]) et semble s'appliquer plus facilement à des objets hors du cadre strictement quotidien.

---

[385] *ibid*, Leube explore rapidement la notion d'animism dans ce chapitre, ou l'animism du 19e siècle est "*the idea of pervading life and will in nature*" suivant Tyler, et l'origine latine du mot "anima" = souffle, esprit, vie.

[386] Chapman, 2015, *art cit.*

[387] *ibid*, p59

[388] Kristina Borjesson, The affective sustainability of objects. A search for causal connections." PhD thesis, The University of the Arts, London, 2006

[389] Walker, S. 2004, Object Lessons: Enduring Artefacts and Sustainable Solutions. The Third International Conference: Design and Manufacturing for Sustainable Development, Loughborough University

[390] *ibid*

Le soin et les actions envers les objets

Définir les relations aux objets par les comportements avec eux est une façon de placer les relations avec les objets dans les actions du quotidien et dans des contextes moins fortement chargés. De cette manière, il est peut-être plus facile de viser un champ de relations avec plus de sens pour le design durable. C'est l'approche d'une partie de la recherche sur les relations avec les objets en questionnant nos raisons "pour préserver certaines choses et de se débarrasser d'autres"[391].

Mugge décrit un certain nombre d'actions qui peuvent être associées à l'attachement à un produit, ou qui en résultent: "*people strive to maintain….exhibit protective behaviours towards… may hang on to and continue to use*…[392] Les comportements de protection et de maintenance peuvent être une façon plus juste de situer le champ des relations durables quotidiennes avec les objets.

Le soin ou *care* d'un objet est une autre action proche de celles déjà citées. Manzini propose, en 1995, que le soin des objets peut s'apparenter au soin des plantes. Comme les plantes, les objets "*perform services and require care*"[393]. Jane Fulton Suri, de l'agence de design IDEO suggère que le soin peut être à la fois un plaisir et un processus avec une certaine réciprocité; "*simple pleasures that we overlooked in more affluent times: taking care of the things we love and growing our love for the things we take care of [394].*" Si le terme "prendre soin" ou "*take care of*" ne semble pas forcément décrire des pratiques rares, le "*care*" pour des objets a été souvent associé aux objets chéris[395]. Gwilt et al. signalent aussi que les pratiques de soin des objets qui peuvent être chronophages ne sont pas forcément compatibles avec la vie contemporaine. Ils signalent également qu'il ne faut pas confondre l'empathie pour les objets, une approche encouragée pour éviter de l'apathie envers les objets, et "*caring*" qui implique de l'action (physique)[396]. Néanmoins la définition du cadre des relations avec les objets par les actions ou comportements qui les caractérisent semble une façon possible de sortir des problèmes que pose la grande diversité lexicologique de ce domaine.

---

[391] William Odom, James Pierce, Erik Stolterman & Eli Blevis, Understanding Why We Preserve Some Things and Discard Others in the Context of Interaction Design, CHI, Boston,USA, 2009

[392] Mugge, 2008, p17

[393] Verbeek, 2005, p221 citant Manzini, 1995

[394] Suri Fulton, J. (2009). Care and Repair: Strengthening the bond we have with the things we buy. Patterns, issue 30, IDEO. Retrieved from: http://patterns.ideo.com/issue/care_and_repair/

[395] Alison Gwilt, Jackie Leaver, Mark Fisher and Gordon Young. Understanding the caring practices of users, in PLATE conference, Nottingham Trent University, 17/19 June 2015

[396] Gwilt et.al 2015, citant Elizabeth Dori Tunstall, 2014, anthropologue du design

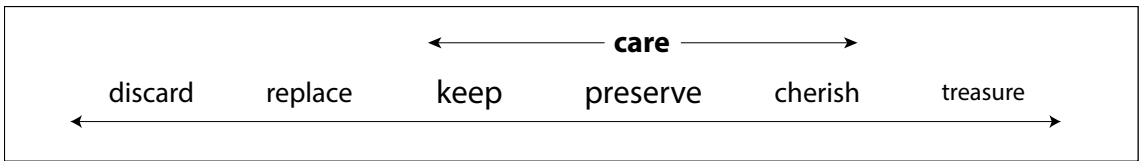


***Figure 2,3**. Echelle de valorisation par des actions quotidiennes envers les objets*

Dans la référence de Chapman du début du chapitre, il est question d'expériences superficielles ou profondes et, s'il n'est pas explicite dans l'article cité, il est probablement plus juste de parler d'échelle et non pas de deux points opposés. La notion d'échelle peut s'avérer utile aussi pour permettre la prise en compte de phénomènes et de comportements individuels et non généralisables. L'exploration du champ lexicologique, tout comme l'article de Chapman, démontre la tendance à se focaliser sur les exemples de relation "profondes". Il est certain que notre recherche ne se place pas seulement dans les extrêmes pour comprendre les relations qui vont se developper (ou pas) avec le grand nombre d'objets qui nous entourent.

Objets touchés au quotidien et relations plus pérennes

Il était noté par Daniel Miller, dans le domaine du "culture materiel", [397] que les contextes les plus quotidiens sont aussi les plus invisibles et les plus difficiles à comprendre mais aussi les plus importants:

> *…objects are important not because they are evident and physically constrain or enable, but often precisely because we do not "see" them. The less we are aware of them, the more powerfully they can determine our expectations by setting the scene and ensuring normative behaviour…*

Pour situer de nouveau ce contexte quotidien d'objets, peut-être invisibles, loin des relations extrêmes, nous pouvons noter le nombre d'objets mentionnés dans le livre "Every Thing We Touch"[398]. L'auteur limitait son investigation aux objets amovibles touchés par chaque participant au cours d'une journée. La moyenne en était de 140 "objets" touchés par jour. De façon plus étonnante, le journal quotidien britannique, The Telegraph[399] a démontré, dans un article de conseil, basé sur un défi lancé sur Twitter, comment il est facile de se débarrasser de

[397] Daniel Miller ed. Materiality, Duke University Press, Durham, 2005, (?), et repris par Thierry Bonnot, 2014, p200

[398] Paula Zucotti, 2015, Every Thing We Touch

[399] The Telegraph, 4th January 2017, How to Throw out 465 possessions in a month, www.telegraph.co.uk › Lifestyle › Wellbeing, (Twitter's 30-day declutter challenge) accessed janvier 2017

465 biens personnels en un mois. Si ces exemples restent certes anecdotiques, il semble improbable que les relations avec tous ces objets du quotidien puissent rentrer dans les catégories des objets chéris ou favoris. Ces deux exemples démontrent également que la question de pérennité dans ces relations quotidiennes concerne des dizaines voire des centaines d'objets.

Cette brève présentation des termes et des sujets de recherche autour des relations aux objets dans le domaine du design nous montre que certains thèmes et déterminants propres aux relations avec les objets semblent exister dans des cas extrêmes comme dans des cas plus quotidiens. De ce fait, tout en se plaçant dans les actions du quotidien, la suite de l'exploration du sujet peut s'appuyer (aussi) sur les recherches existantes sur les relations plus singulières.

Il est probable que d'autres échelles que la profondeur peuvent être plus adaptées ou sont plus aptes à décrire les phénomènes à l'oeuvre dans les relations avec les objets.

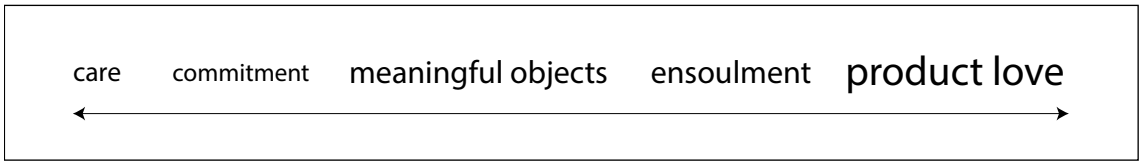


***Figure 2,4**. Echelle de force (émotionnelle?) dans la relation à l'objet*

Il faut garder à l'esprit que la force émotionnelle d'une relation ne peut pas garantir sa pérennité et, de ce fait, il vaut mieux éviter d'orienter l'étude des relations en utilisant une terminologie trop liée à l'émotion. La notion de pérennité aussi doit être comprise dans le sens de "plus long", et non d'éternel.

Il faut également tenter de situer l'étude sur les qualités relationnelles, non seulement sur les qualités objectales, en faisant attention à la notion de direction et aux allers-retours dans les relations aux objets. Les termes pleinement engagés, réflexifs ou co-dépendants évoqués par Chapman (2005), semblent proches des principes de l'attachement de Latour (2000) ou de l'engagement de Thévenot (2001). Les relations ne peuvent pas être comprises comme étant à sens unique.

La terminologie autour du sujet des relations aux objets est commune à un grand nombre de disciplines, comme en témoigne le dernier point sur la nature pluri-directionnelle et réciproque des relations avec les objets. ll est, de ce fait, difficile d'adopter de façon définitive ou univoque des termes tels que l'attachement ou l'engagement pour situer l'étude même si ces derniers semblent probablement les plus adaptés par ailleurs. La terminologie du domaine de la recherche

en design a tendance à resserrer le sens de ces termes, mais les sens plus larges et/ou plus courants dans les disciplines voisines, peuvent être plus adaptés pour notre étude. Nous adopterons donc pour la suite les termes d'attachement et d'engagement dans leur sens de mots usuels et dans leurs définitions larges.

Il est possible de situer les relations homme-objet plus longs du quotidien, en termes de vocabulaire, avec le croisement de plusieurs échelles (de force ou de singularisation par exemple). En complément, les comportements propres à ces relations ou générés par elles permettent de valider ce positionnement de pérennité dans la vie quotidienne. De cette manière il est possible de définir, de façon provisoire, le domaine de relations concernés par notre étude.

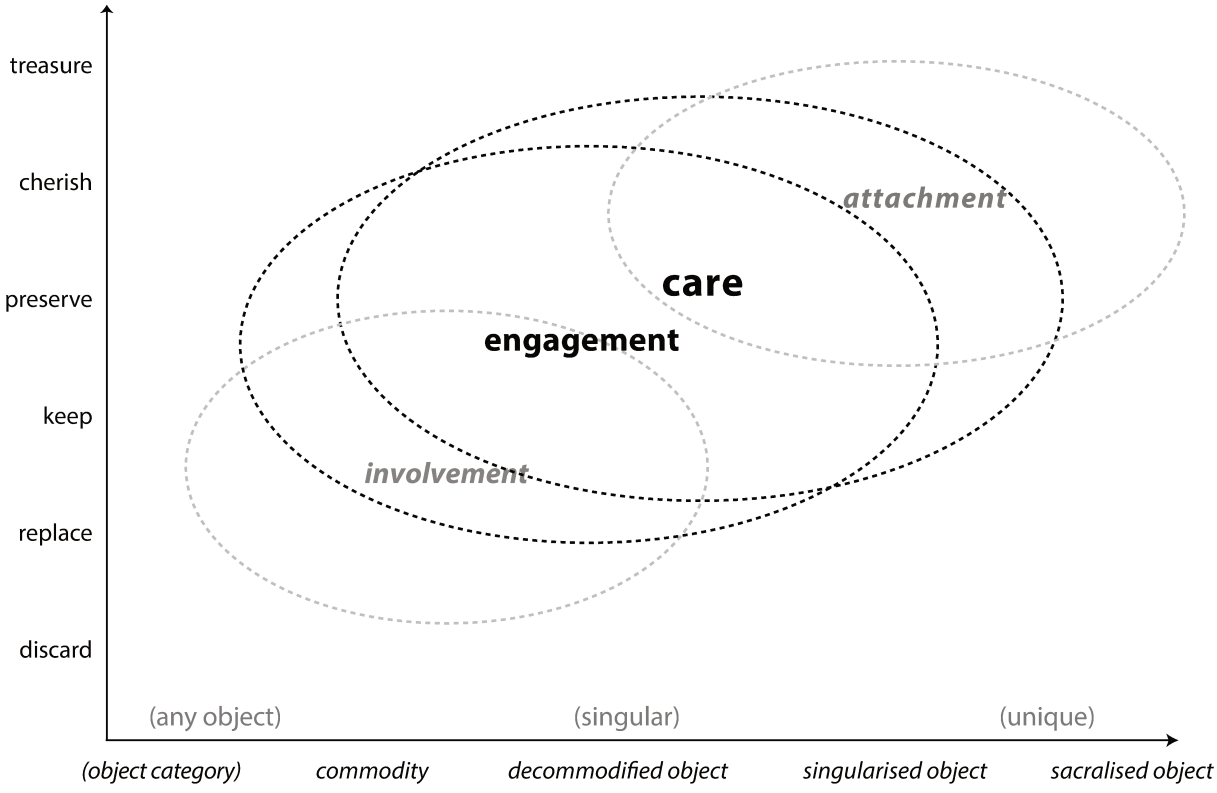


***Figure 2,5**. Domaine de relations quotidiennes aux objets de notre étude*

2.2 Quels cadres pour comprendre les relations/mécanismes?

What these mundane examples show is that, in any society, the individual is often caught between the cultural structure of commoditisation and his own personal attempts to bring a value order to the universe of things. Some of this clash between culture and individual is inevitable, at least at the cognitive level. The world of things lends itself to an endless number of classifications, rooted in natural features and cultural and idiosyncratic perceptions. The individual mind can play with them all, constructing innumerable classes, different universes of common value, and changing spheres of exchange.[400]

Cette citation d'Igor Kopytoff tirée de son chapitre dans le livre, T*he Social Life of Things*, de 1986, évoque les différents niveaux dans lesquels s'inscrivent les relations aux objets. Il y aurait le niveau des structures larges, culturelles, sociétales et le niveau des structures de valeurs et d'ordre du niveau individuel. Kopytoff signale que ce sujet permet la création d'innombrables classes ou classifications, venant de l'individu et au-delà.

Le cadre de l'article de Kopytoff est la commodification de l'objet. Une commodité est un objet avec une valeur d'utilité et d'échange mais la production des commodités serait aussi un processus culturel et cognitif. Le même objet peut être une commodité à un moment et non à un autre, une commodité pour certains et pas pour d'autres. Une commodité est "singularisée" quand elle est sortie de la sphère d'échange, ou quand la sphère d'échange est très limitée mais cette singularisation n'est pas synonyme de sacralisation ou plutôt, la singularisation seule n'apporte pas une notion de valeur.

Le chapitre de Kopytoff explore une approche de biographie culturelle appliquée à l'objet pour tenter de décrire ce qu'il appelle "l'économie morale", les perceptions et les statuts des objets au-delà de leur valeur strictement économique. Pour Kopytoff, l'approche biographique est forcément multiple et partiale. Il propose que si nous acceptons qu'un individu puisse avoir plusieurs biographies: psychologique, professionnelle, politique, familiale, économique etc., pourquoi pas l'objet. La notion de biographie oblige à penser l'objet dans un temps plus long: le nombre de classifications possibles s'accroissant très probablement avec la durée de vie de l'objet.

---

[400] Kopytoff, The cultural biography of things: commoditisation as process, in Appadurai, 1986, T*he Social Life of Things*, Cambridge University Press

Ce point de départ permet de rappeler que dans le contexte des relations entre humains et objets, le choix de classifications, de structures, de niveaux et de points de vue est très large, d'autant plus s'il s'agit de relations qui peuvent durer.

Cette vision est en accord avec l'approche adoptée pour notre recherche, qui est de considérer que le contenu des relations plus longues est probablement multiple. Il est alors question de tenter de mieux cerner et d'énumérer ces facettes (contenues dans les biographies des objets).

Les cadres détaillés dans cette section, dans les chapitres suivants, ont en commun d'avoir déjà étés évoqués dans la recherche en design. Ils sont issus des domaines de recherche en lien directe avec le design, sachant que le design se trouve de plus en plus au croisement de plusieurs domaines académiques, comme nous l'avons déjà présenté dans l'introduction.

Les cadres évoqués dans les chapitres suivants ont été parfois ré-interprétés, recentrés et/ou simplifiés pour les besoins de la recherche en design. Ces cadres ne sont en aucun cas des structures issues purement de l'activité du design et de la recherche en design. La table 2,1 rassemble les principaux thèmes traités dans les chapitres suivants ainsi que les domaines dont ils sont issus.

chapitre	**thèmes/"*construct*"**	***frameworks*/cadres**	**domaines de recherche**	**relation avec..**
2,3 Possessions et soi *(self possessions)*	*attachment* *material possession* *attachment* *extended self/* *self extension*	*social identity theory* *attachment theory*	*Marketing* *Consumer studies* *Philosophie* Psycho-analyse (Design, product innovation management)	un objet singulier/ important
2,4 Besoins et plaisirs *(needs, pleasure)*	*user experience* *interaction* *(useability, affordance)*	*hierarchy of needs* *(hedonic needs)*	*(Design, marketing* *UX / UI)* *Ergonomics*	un objet/ des objets
2,5 Modes de traitement *(modes of treatment)*	*product experience/* *appraisal* *(aesthetic impression* *semantic interpretation* *symbolic association)*	*levels of processing* *product experience* *core-affect* *emotions*	Sciences cognitives Psychologie cognitive Neuro-sciences (Design & emotion, for experience)	un objet à la fois
2,6 Action et utilisation *(action, use)*	*engagement* *embodiment (relations)*	*phenomenology* *post-phenomenology*	Philosophie Philosophie de technologie	un ou plusieurs objets dans l'action
2,7 Contexte et réseaux *(context, network)*	*domestication* *appropriation* *entanglement* *dependance*	*(social) practice theory* *(actor) network theory*	Sociologie Anthropologie Archéologie	des objets multiples

Tableau 2,1 - *chapitres, themes, cadres, domaines de recherche*

Le lien entre ces différents chapitres, thèmes et cadres reste leur présence dans la recherche en design, de façon plus ou moins conséquente. Cette table indique également que les relations aux objets traitées par des cadres n'ont pas le même faisceau. Pour chaque chapitre, qui représente un groupement d'approches similaires[401] il est question de rapports à un objet à la fois, ou à plusieurs objets, ou aux objets comme ensemble.

Cinq positionnements différents sur les relations: humain, objet et contexte

Une autre différentiation que l'on peut faire des cadres présentés est celle de la focalisation par rapport aux trois points qui sont l'humain, l'objet et son contexte. Les cadres abordés ont des paramètres plus ou moins resserrés sur la relation avec des objets, et un regard qui porte plutôt sur le sujet (la réception par exemple), plutôt sur la relation entre sujet et objet, sur les qualités des objets, ou sur le contexte plus large. Les paramètres, ainsi que ce qui semble être les focalisations principales, sont schématisés dans l'illustration ci-dessous, Figure 2,6.

Il est également possible de placer les chapitres suivants et leur focalisation sur une échelle d'importance de l'objet ou, pour reprendre les termes cités ci-dessus, de singularisation et de sacralisation. Il est possible aussi que la nature-même de l'objet dans les chapitres suivants passe du statut d'objet à celui de chose, en devenant moins singularisé. Ce point est important dans le mesure où notre étude traite des objets du quotidien qui sont l'essentiel de l'activité du designer. Dans la première section, nous envisagions probablement plus le "produit" plutôt que l'objet. Dans cette deuxième section le plupart des cadres traitent plutôt l'"objet", ce qui représente une des limitations de cette section, induit par ce même biais dans les recherches existantes.

Le regard sur des relations exceptionnelles peut être pertinent mais n'est probablement pas suffisant (Chapman, 2015). Dans les chapitres suivants, il convient de garder à l'esprit que cette échelle "d'importance" est accompagnée d'une échelle d'expressibilité et accompagnée encore probablement d'une échelle de visibilité et de conscience.

Les cadres présentés dans les chapitres suivants ne traitent pas forcement des mécanismes liés aux relations plus pérennes, mais se focalisent sur les questions d'attachement et d'expériences avec les objets. Leur aptitude pour la question des relations plus longues va être explorée au fur et à mesure de ces chapitres. Il semble utile de passer en revue les points importants dans les relations aux objets avant d'établir ceux qui ont le plus d'influence pour les relations plus longues.

---

[401] Le groupement de cadres et manières d'aborder les relations aux objets peut être discutable, mais a comme but de permettre une vue d'ensemble, avec une structure, pour en montrer leur utilité et leur limites. Il est évident également qu'il y a des chevauchements entre ces différents cadres et approches.

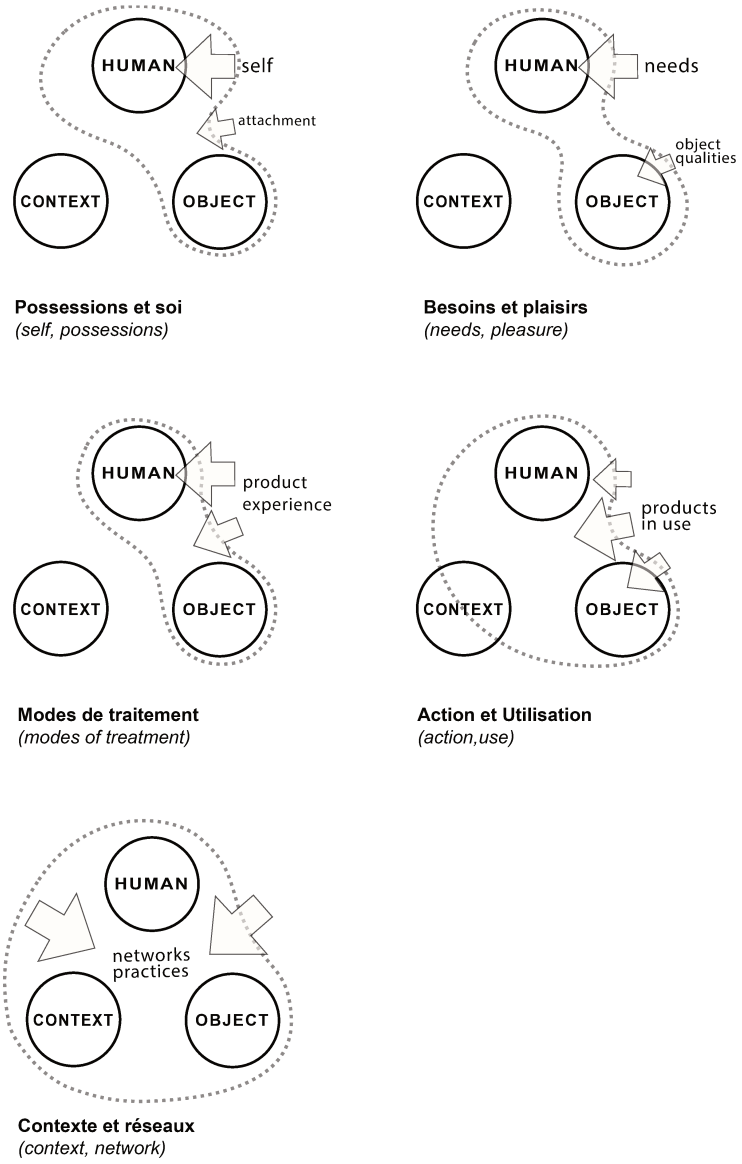


***Figure 2,6**. Paramètres et focalisations principales des cadres (et chapitres)*

Ce regard sur certains cadres qui structurent la recherche sur les relations aux objets vise à ne pas artificiellement limiter ou trop biaiser le choix d'éléments déterminants dans les relations plus longues aux objets. Peu de cadres traitent réellement les relations les plus courantes de notre quotidien, et encore moins leur capacité à durer dans le temps. Le but de cette section est d'éviter des choix "automatiques" qui peuvent empêcher de représenter la (probable) complexité de nos relations avec les objets matériels qui nous entourent.

2.3 Possessions et soi (théories du "product attachment")

..a man's Self is the sum total of all that he can call his, not only his body and his psychic powers, but his clothes and his house, his wife and children, his ancestors and friends, his reputation and works, his lands and yacht and bank account. All these things give him the same emotions. If they wax and prosper, he feels triumphant; if they dwindle and die away, he feels cast down, - not necessarily in the same degree for each thing, but in much the same way for all.[402]

Cette citation de William James introduit un des cadres théoriques les plus utilisés pour structurer les relations avec les objets dans les domaines proches du design et de la consommation. Nous regardons ce que l'on possède comme faisant partie de nous-mêmes et James suggère que nous sommes également la somme de nos possessions.[403]

L'extension de soi

Dans un article qui constitue une des bases importantes des théories d'attachement aux objets (*Emotional Bonding*[404]; *Material Possession Attachment*[405]; *Attachment in Consumer Behavior*[406]) Russell Belk défini le terme "*extended-self*". La traduction de ce terme n'est pas forcément évidente, le plus facile serait "l'extension de soi " mais il s'agit, en fait, plutôt du "soi et son extension". Belk, lui-même, parle d'un concept de soi et de ses possessions (*self-plus-possessions*). Le "*extended-self*" est donc le moi mais aussi ce que je considère comme le mien, les deux étant intimement liés dans notre représentation de nous-mêmes, et Belk cite encore James;

> *The Empirical Self of each of us is all that he is tempted to call by the name of me. But it is clear that between what a man calls me and what he simply calls mine the line is difficult to draw.*[407]

---

[402] "le soi de l'homme est la somme totale de tout ce qu'il peut appeler sien, non seulement son corps et ses pouvoirs psychiques, mais ses vêtements et sa maison, sa femme et enfants, ses ancêtres et amis, sa réputation et travaux, ses terres et bateau et compte en banque. Toutes ces choses lui donnent les mêmes émotions. S'ils augmentent et prospèrent, il se sent triomphant, s'ils diminuent et disparaissent, il se sent battu, - ne pas forcement au même degré pour chaque chose, mais d'une manière proche pour toutes." traduction de l'auteur. James 1890, (*The principles of Psychology*) cité par Russell Belk, Possessions and the Extended Self, *Journal of Consumer Research*, vol15, no.2, p139 - 168, 1988

[403] Belk 1988

[404] Mugge, 2008

[405] Susan Schultz Kleine & Stacey Menzel Baker, An Integrative Review of Material Possession Attachment, *Academy of Marketing Science Review*, no.01, 2004

[406] Dwayne Ball & Lori Tasaki, The Role and Measurement of Attachment in Consumer Behavior, Journal of Consumer Psychology, Vol.1, No.2, p 155 - 172, 1992

[407] Le soi empirique de chacun de nous est tout ce qu'on est tenté d'appeler au nom de moi. Mais il est clair qu'entre ce que l'homme appelle moi et ce qu'il appelle simplement mien, la ligne est difficile à dessiner. (traduction de l'auteur)

L'avoir, faire et être de Sartre[408] est utilisé par Belk pour soutenir l'importance des possessions pour notre sens de soi. Nous utiliserions l'acquisition des objets pour augmenter notre sens de soi et l'observation de ce que nous avons serait une manière pour nous de savoir qui nous sommes (Belk, 1988). Les désirs d'avoir et d'être seront inséparables dans la réalité: on ne trouverait pas de désir d'être qui ne se double d'un désir d'avoir et réciproquement.[409] L'avoir serait essentiel au sens de soi, à l'être, mais le faire ne serait qu'un état de transition ou qu'une manifestation de l'avoir ou de l'être. Le faire est réductible à l'avoir ou à l'être. Le cas le plus fréquent étant le faire (ou le désir de faire) se réduisant à un moyen d'avoir.[410] Belk signale les positions forcement très contrastées de Marx et de Fromm (1976) sur l'importance relative du faire ou de l'avoir, tout en confirmant que ces trois positions divergentes soutiennent néanmoins le rôle des possessions dans la création et maintenance de définition de soi. Les "trois grandes catégories de l'existence humaine"[411] ainsi que leurs liens étroits sont le structure de base pour le "self-plus-possessions" ou *extended self* de Belk.[412]

Le deuxième aspect du soi présenté par Belk vient des théories de la psychanalyse. La construction et le développement du soi passe par les interactions avec l'environnement et les objets. La conscience de soi du bébé se construit peu à peu en se distinguant de son environnement et des objets rencontrés. Le soi se développe en fonction des réponses environnementales à des intentions, des retours aux actes de contrôle[413]. Les premiers objets dans le monde du bébé aident la transition vers un soi distinct. Ensuite, le contrôle actif des objets fait développer un plus fort sens de soi[414]. Le texte fondamental sur la théorie de l'attachement de Bowlby[415] suggère que des objets matériels (par exemple qui symbolisent la mère) peuvent aider dans la formation de l'identité de l'enfant dans les phases de reconnaissance d'indépendance en tant qu'entité physique. Ce rôle des objets en rapport avec le développement et avec l'environnement se modifie au cours de la vie. Pour l'enfant les objets/resources vont être utilisés et instrumentalisés pour influencer les comportements. Pour les adolescents et les jeunes adultes les objets vont définir les (symboles de) acquis physiques et cognitifs, avec comme exemple des

---

[408] Jean-Paul Sartre, *l'être et le néant, essai d'ontologie phénoménologique*, Gallimard (1943), 1993

[409] Sartre 1943, p660

[410] *ibid*, p637

[411] *ibid*, p636

[412] Les représentations de soi et ses possessions sont un thème que l'on trouve beaucoup dans la photographie contemporain. Par exemple; Mami Kiyoshi, Paula Zucotti, Huang Qingjun ou Sannah Kvist.

[413] Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton 1981, p90

[414] Furby, The Origins and Early Development of Possessive Behavior, 1980, cité par Belk 1988

[415] John Bowlby, *Attachment and Loss, Vol.1. (*London, Hogarth, 1969),Basic Books, 1982, cité par Belk

équipements sportifs ou des instruments de musique (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton 1981, p96). Pour les personnes âgées le rapport aux objets devient plus axé sur la représentation des autres et des souvenirs. Ce dernier point introduit également le troisième fonction du "*extended self*" décrit par Belk, les objets pour concrétiser le sens du passé.

Dans le processus de "*self extension*", la manière dont les objets sont incorporés est également importante. Elle aide à définir les limites de ce qui est couvert par ce concept par rapport au soi. Les trois premiers manières sont basées sur les notions de contrôle, de création et de "*connaître"* de Sartre. Dans ces modes d'incorporation, il ne s'agît pas de manières séparées dont les possessions ou l'environnement sont appropriés. Les objets appropriés ou incorporés le sont souvent par le contrôle *et* le connaître, la création *et* le contrôle ou par l'ensemble de ces manières. L'avantage de la notion de contrôle est qu'elle comporte les actions de maîtrise ou même de conquête. Cette définition permet d'étendre le "self-extension" au-delà des possessions, jusqu'aux environnements physiques ou des interfaces et environnements virtuels. La notion de création peut également s'appliquer au-delà de l'objet physique jusqu'aux pensées abstraites. Connaître comme forme d'appropriation peut être une connaissance intime ou simplement le fait de voir, ou de déflorer[416]. Le connaître peut aussi se présenter sous la forme d'une habituation des lieux ou choses qui sont devenus familiers. Ce mode d'appropriation devient donc moins conscient.

OBJETS INCORPORES PAR (une combinaison ou l'ensemble de):	CONTROLE	action, maitrise…
	CONNAITRE	voir, déflorer, habituation, familiarisation…
	CREATION	

Tableau 2,2 - *Les trois modes d'incorporation des objets, (d'après Sartre, 1943)*

Belk signale que toutes ces formes d'incorporation sont avant tout actives et intentionnelles. Il présente une quatrième forme qui l'est moins: la contamination. Cette forme d'appropriation semble être liée au toucher et au corps. Belk en présente surtout des aspects négatifs: cette contamination étant interpersonnelle et non souhaitée. (Par exemple les traces laissées par une personne qui en dégoûtera d'autres: odeur, chaleur, excrements…). La contamination s'opère

[416] Sartre 1943, p638

aussi avec des utilisations constantes et habituelles comme dans le cas, par exemple, de la montre qu'on porte et dont on devient dépendant.[417]

Cultivation et représentation de soi

L'exploration du rôle des possessions dans la culture de soi dans le livre de Mihaly Csikszentmihalyi & Eugene Rochberg-Halton est un autre socle des théories de "product attachment". Les auteurs déclarent qu'ils veulent regarder le soi dans un contexte de cultivation. La cultivation serait un processus auto-correctif d'interprétation et de contrôle (de soi) motivé par des buts (*goals*) et par une activité psychique attentionnelle. Le soi devrait être la culmination de cette cultivation.[418] Le contexte de leur recherche est la maison, le chez soi. Le titre de leur étude "*The Meaning of Things: Domestic Symbols and the Self*" (Le sens des choses: symboles domestiques et le soi) décrit bien leur volonté de comprendre comment les objets accumulés sont utilisés pour exprimer ou explorer le soi-même.

Tout en se focalisant sur le sens des choses (*meaning*), Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton démontrent les nombreuses façons dont les objets domestiques sont liés à la *cultivation de* soi. Les objets ou plutôt "choses" (*things*) peuvent être chargés de l'énergie psychique de la personne et devenir une forme de retour positif, ou au contraire le symbole d'une perte de contrôle (citant Marx) et de perte de soi. La possession d'objets peut être l'expression de la capacité d'une personne à contrôler son environnement et d'en constituer un retour (*feedback*) positif (citant Furby 1978). Les auteurs citent également Hannah Arendt au sujet de la capacité des objets à stabiliser la vie humaine[419]. Les objets peuvent également servir de symboles: pour la médiation de conflits au sein du soi [420]; pour exprimer des qualités de soi; comme signes de statut et comme signes d'intégration sociale.

Dans la recherche de Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton les résultats d'entretiens avec 80 familles ont produit 7,875 "significations" liées aux objets domestiques. Ces significations ont été divisées d'abord en 37 categories de sens (*"categories of meaning"*), qui seront ensuite réduites à 11 grandes classes de sens donnés aux relations avec les objets.

---

[417] Kleine & Baker 2004, l'inférence négative du mot est peut-être à souligner quand il s'agit simplement d'utilisations habituelles

[418] Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton 1981, p4-5

[419] Arendt 1958, p137

[420] Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton 1981, citant Freud (*The interpretation of dreams*, 1900) et Winnicot (*Collected Papers, 1958*)

person, non-person groupings	*broad meaning classes*	*categories of meaning*
PAST	MEMORIES	memento, recollection (of a specific moment), heirloom, souvenir,"had it for a long time"
	ASSOCIATIONS	ethnic, religious, collections, gift
PRESENT-FUTURE	EXPERIENCE	enjoyment, ongoing occasions, release (escape, venting frustration)
	INTRINSIC QUALITIES OF OBJECT	craft, uniqueness, physical description
	STYLE	style
	UTILITARIAN	utilitarian
	PERSONAL VALUES	embodiment of an ideal, accomplishment, personification, +intended heirloom* (not listed in all instances of annexe)
PEOPLE	(SELF)	self
	IMMEDIATE FAMILY	spouse, we, children, mother, father, siblings, grandparents, grandchildren, whole (nuclear) family
	KIN	relatives, ancestors, in-laws
	NON-FAMILY	friends, associates, role models/ heroes

Tableau 2,3 *Catégories et grandes classes de sens (d'après Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton, 1981)*

La structure proposée pour ensuite donner sens à cette diversité tiendrait de trois niveaux de représentation de soi: le personnel, le social et le "cosmique" (l'homme par rapport à la nature) multipliés par deux modalités, la différentiation et l'intégration.

L'attachement aux produits de consommation

Des travaux beaucoup plus récents sur le *Consumer-Product Attachement*[421] se basent également sur l'idée que nous avons d'un "*self-schema*" ou concept de soi à plusieurs niveaux ou facettes et que nous utilisons comme base d'auto-évaluation. Chaque facette aidant à définir et maintenir l'estime de soi, les auteurs ont considéré que chaque niveau: le soi diffus (*diffuse self*),

[421] Hendrik Schifferstein & Elly Zwartkruis-Pelgrim, Consumer-product attachment: Measurement and design implications. *International Journal of Design*, 2(3), 1-14. 2008

le soi privé (*private self*), le soi public (*public self*) et le soi collectif (*collective self*) peut constituer un déterminant d'attachement à un objet.

Le principe de multiples sens ou facettes dans nos relations avec les objets est très généralement repris dans les théories d'attachement aux objets[422]. Un autre facteur potentiellement multiplicateur est la théorie d'identité sociale[423] qui suggère qu'il est plus pertinent de regarder nos relations aux objets en fonction de nos différentes identités sociales plutôt qu'un soi global (*global self*). Nous possédons plusieurs identités sociales (les auteurs utilisent l'exemple des identités liées aux activités sportives pratiquées par des individus), à chaque fois en version réelle et en version idéale, qui sont des façons de se reconnaître, de s'auto-évaluer, d'être reconnu. Les possessions liées à chaque identité influent sur ces définitions de soi et y sont associées. L'attachement aux possessions liés aux identités sociales préférées serait naturellement plus fort.[424]

L'attachement comme définition d'une relation avec les produits matériels est un des cadres bien explorés et bien documentés en lien avec le design et la recherche en marketing/ consommation.[425] Le point de départ de l'utilisation du terme de l'attachement vient des recherches en attachement humain dans le développement de l'enfant, comme mentionné auparavant. La définition de l'attachement (de l'enfant à sa mère) est "la forte disposition à chercher la proximité et le contact avec cette personne spécifique dans certaines situations et surtout en moments de stress" (Bowlby 1969). Les comportements d'attachement contiennent des réglages physiques et spatiaux et sont des échanges d'apaisements mutuels[426]. L'attachement comme comportement est présent tout au long de la vie avec la selection d'anciennes ou de nouvelles figures comme objets de maintien de proximité et de communication.[427]

L'attachement est d'abord utilisé pour décrire les relations aux objets transitionnels chez Winnicot et Furby. Ce sont également des relations de proximité avec des objets spécifiques pour rassurer et des symboles des personnes objets d'attachement. Tout comme dans le cas de perte ou

---

[422] Schifferstein & Zwartkruis-Pelgrim 2008; Kleine & Baker 2004; Wallendorf & Arnould, ("My Favorite Things": A Cross-Cultural Inquiry into Object Attachment, Possessiveness, and Social Linkage, Journal of Consumer Research) 1988; Mugge 2008

[423] Robert Kleine, Susan Schultz Kleine & Jerome Kernan, Mundane Consumption and the Self: A Social-Identity Perspective, Journal of Consumer Psychology, 2 (3), 209-235. 1993

[424] Debra Laverie, Robert E. Kleine & Susan Schultz Kleine, Reexamination and Extension of Kleine, Kleine, and Kernan's Social Identity Model of Mundane Consumption: The Mediating Role of the Appraisal Process, Journal of Consumer Research, Volume 28, Issue 4, 1 March 2002, p. 659–669, 2002

[425] Wallendorf &Arnould, 1988, utilisent le terme *Object attachment;* Kleine & Baker 2004, parlent de *Material possession attachment;* Mugge, 2008, *Product attachment,* Schifferstein & Zwartkruis-Pelegrim, 2008, *Consumer-product attachment*

[426] Olivier Real del Sarte, Perspectives piagétiennes sur l'attachement. Une ressource pour la thérapie systémique ?, Thérapie Familiale 2008/1 (Vol. 29), p. 5-19. 2008

[427] Bowlby (1969) 1982, p350

de distanciation avec l'objet humain d'attachement, de nombreuses études démontrent le sens de la perte de soi liée à la perte des objets d'attachement et ceci tout au long de la vie.[428]

Une définition de l'attachement aux objets en recherche de consommation

L'attachement aux objets est en partie développé dans les études de recherche sur la consommation (*Consumer research*) comme qualité mesurable dans les relations aux objets de consommation. Ainsi, certaines définitions pour l'attachement aux produits deviennent "*the strength of the emotional bond a consumer experiences with a specific product*", la force d'un lien émotionnel ressenti par un consommateur pour un produit spécifique[429] . Une définition plus stable et sans mention d'émotion est proposée par Susan Kleine et Stacey Baker[430];

> "L'attachement à une possession matérielle est une propriété à multiples facettes de la relation entre un individu ou groupe d'individus et un objet matériel spécifique, approprié psychologiquement, de-commodifié et singularisé par l'interaction humain-objet."

Les auteurs définissent neuf traits pour caractériser l'attachement à une possession matérielle. 1) Il s'agit d'un objet *spécifique* materiel, 2) l'objet est *psychologiquement approprié*, mais pas forcement possédé dans le sens légal ou physique, 3) l'objet est *une extension de soi*, 4) l'objet est singularisé et *n'est plus une commodité*, 5) il doit y avoir une *histoire personnelle* entre l'objet et la personne, 6) l'attachement a un *degré important de force*, 7) l'attachement possède de *multiples facettes* et serait complexe, 8) l'attachement est *émotionnellement complexe*, et 9) l'attachement est *dynamique et en évolution* en parallèle avec l'évolution de soi. Ce point rejoint la façon dont l'objet transitionnel est imaginé par Serge Tisseron[431]. L'objet n'est pas tant un simple "intermédiaire" entre le monde objectif et le monde subjectif, mais il l'est de façon dynamique, dans un aller-retour permanent. Les objets transitionnels peuvent être "manipulés au service d'un travail d'assimilation psychique, à tout moment de la vie, mais cette fonction doit être dynamique et transitoire". Les deux grandes valeurs, ou peut-être fonctions, de ces attachements seraient avant tout pour la définition de soi et pour négocier les tensions entre la stabilité/continuité de soi et l'évolution de soi.

---

[428] Wallendorf & Arnould, 1988; Belk, 1988 pour plus de références

[429] Mugge, 2008; Schifferstein & Zwartkruis-Pelgrim 2008

[430] Kleine & Baker 2004; *Material possession attachment is a multi-facetted property of the relationship between an individual or group of individuals and a specific material object that has been psychologically appropriated, decommodified, and singularised through person-object interaction.* traduction de l'auteur

[431] Tisseron, (1999) 2016, p209 - 213

L'étude de Kleine & Baker se situe dans la recherche en marketing, au sujet des comportements de consommation et tend à une revue intégrale des théories d'attachement. Le livre de Ruth Mugge (2008) tente d'investiguer l'attachement aux produits à partir du point de vue du design. Le centre d'intérêt devient plutôt les objets eux-mêmes et les qualités ou sens qu'ils peuvent contenir pour générer les comportements d'attachement et modifier ensuite la nature et la durée de la relation entre humain et objet. La compréhension de l'attachement aux produits peut aider des designers à créer des expériences émotionnelles[432] avec des produits et à définir une stratégie d'éco-design pour stimuler la longévité des produits.[433]

Neuf sens (meanings) qui génèrent "emotional bonding" aux produits

Mugge synthétise les catégories des raisons données dans de nombreuses études qualitatives sur les possessions importantes (chéries, favorites…). Le résultat est neuf *product meanings* (sens donnés pour les relations aux objets) qui ne sont pas tout à fait les mêmes que les traits listés ci-dessus par Kleine &Baker. Les sens définis sont liés à: 1) l'expression/renforcement de l'identité personnelle, 2) la représentation de liens sociaux, 3) la symbolisation de l'histoire personnelle, 4) les propriétés physiques comme le style, design, le fait d'être unique, 5) l'utilité, les attributs fonctionnels, 6) la capacité d'évoquer le plaisir ou de donner du plaisir sensoriel, 7) la valeur d'investissement, 8) l'expression de valeurs culturelles ou religieuses, 9) la capacité de l'objet d'avoir des qualités d'un être vivant. Les "*meanings*" de Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton sont tous présents, malgré une organisation différente. Mugge rajoute le valeur d'investissement et la capacité pour un objet d'être quasiment un être vivant (voir Tableau 2,4 récapitulatif en fin de chapitre.)

Pour trouver les sens capables de générer l'attachement, Mugge se focalise sur quatre qualités considérées comme étant propre à la relation avec un objet spécifique et singularisé, ne pouvant pas être remplacé par un autre objet possédant les mêmes qualités.

Tout en se focalisant sur l'idée d'un lien émotionnel avec un objet spécifique, Mugge exclut les sens qu'elle considère improbables car trop exceptionnels ("*special*") dans des liens avec les objets ordinaires du quotidien. L'autre critère général de sélection de l'auteur est le point de vue du designer, se focalisant sur "*the expérience of attachment to ordinary durables*". Le sens utilitaire est exclu également avec l'argument qu'un bénéfice ou un sens utilitaire concerne l'attachement à la fonction plutôt qu'à l'objet.

---

[432] Ruth Mugge évoque un "*emotional bonding with products*", Mugge 2007, 2008

[433] Mugge, 2008, p18

Les quatre sens donnés aux objets: l'expression de soi, l'affiliation aux groupes, les souvenirs, le plaisir, deviennent des déterminants testés dans une série d'études quantitatives. Ces quatre déterminants sont également corroborés par la littérature sur l'attachement aux produits[434]. Comme dans plusieurs de ces recherches, le déterminant d'affiliation aux groupes n'est (finalement) pas validé par les études de Mugge.

L'attachement émotionnel aux produits domestiques en six thèmes

Pour compléter cette exploration rapide de la notion d'attachement dans les études liées à la recherche en design, il peut être utile de citer aussi le travail de Jonathan Chapman[435], contemporain des travaux de Mugge. Le but de Chapman était de confirmer l'existence d'attachement émotionnel aux produits électroniques domestiques[436], pour ensuite voir comment intégrer ses résultats dans un processus experimental de design. Un sondage où les personnes interrogées exprimaient les raisons de leur attachement émotionnel aux objets a d'abord permis à Chapman d'identifier que seulement 16% des réponses s'accordaient avec sa définition d'attachement émotionnel. En revanche, parmi les six familles de raisons que Chapman a dégagées de son étude, une autre, appelée "*Narrative*" semble (également) très proche de l'attachement comme défini par Mugge, et par Kleine & Baker et était plus plébiscitée[437]. Les six familles, renommées "thèmes expérientiels" par Chapman sont:

> Narrative; les utilisateurs partagent une histoire unique et personnelle avec l'objet, souvent en lien avec quand, comment et de qui l'objet a été acquis
>
> Détachement; il n'y a pas de connection émotionnelle ressentie, les attentes sont basses et, de ce fait, l'objet est perçu de façon favorable
>
> Surface; l'objet vieillit convenablement, et développe un caractère tangible à travers le temps, l'usage et, des fois, le mauvais usage
>
> Attachement; une connection émotionnelle forte est ressentie à travers le service rendu, l'information contenue et les sens (*meanings*) transmis
>
> Fiction; les personnes sont enchantées par l'objet non encore complètement compris (il s'agit ici souvent d'objets achetés récemment).

---

[434] Ball & Tasaki, 1992, Kleine et al 1995, Schifferstein & Zwartkruis-Pelgrim, 2008

[435] Jonathan Chapman, Emotionally Durable Design: Sustaining relationships between users and domestic electronic products, thèse présenté à l'université de Brighton, GB, 2008

[436] ibid; appelés DEPs dans les travaux de Chapman. Les produits concernés par les recherches de Chapman sont très variés - allant de l'ordinateur portable, MP3, téléphone portable, télévision, et aussi dans un moindre mesure le petit électroménager.

[437] Chapman, 2008, les pourcentages de réponses correspondant à ces six raisons sont autour de 23% pour le trois premiers, et de 7% pour les deux derniers.

Consciousness; l'objet est perçu comme autonome, avec sa propre volonté (*free will*), dont l'interaction est un savoir-faire à acquérir.

Il est important de noter que, dans le travail de Chapman, ces themes ne sont pas considérés comme des facettes qui co-existent et toutes potentiellement présentes, mais comme des thèmes et expériences séparés. Deux autres observations semblent intéressantes: en premier lieu l'idée de détachement ou la relation avec peu d'attentes. Chapman signale que l'attachement serait contreproductif car créant des niveaux d'attentes trop élevés dans la relation avec un objet. La deuxième observation que nous pouvons faire est que malgré la confirmation seulement partielle de la notion d'attachement, l'approche de Chapman reste plutôt en cohérence avec les théories présentées dans ce chapitre, avec peu de mention de l'utilisation de l'objet (juste un peu dans les thèmes "*Consciousness*" et "*Surface"*).

Dans une discussion plus récente des six thèmes présentés par Chapman, Gerald Cupchik (2017) propose de les grouper en trois paires complémentaires. Fiction et Narrative deviennent deux facettes dans l'integration dans la vie du propriétaire, des produits isolés à des objets personnels, ou de produits nouveaux (décontextualisés) à vieux (contextualisés). Les thèmes d'attachement et détachement sont considérés par Cupchik comme des évaluations du potentiel de l'objet qui sont confirmés ou non-confirmés. Finalement les thèmes de surface et conscience (*Consciousness*) sont groupés pour illustrer selon Cupchik le passage d'une appréciation sensorielle des qualités matérielles (*Surface*) vers une appréciation en profondeur avec le temps. Une forme de "*conscious agency*" serait attribué aux objets pour créer des objets transitionnels. La modification des qualités matérielles avec le temps donnerait aux objets un caractère, comparé par Cupchik à des qualités quasi-humaines.[438]

Limitations des théories d'attachement

Les théories d'attachement aux produits sont très utiles pour aider à rendre concret et pour donner du détail aux théories centrées sur la définition et le développement du soi. Ces théories présentent néanmoins certaines limites pour la compréhension des rapports aux objets, surtout quand il s'agit de comprendre les rapports plus pérennes.

---

[438] Cupchik, 2017, p35, "*This transformation over time suggests that we are all psycho-animists at heart by which I mean that we retain a sensory appreciation of the transforming surface qualities that constitute products which take on "character as they age through our interaction with them…with time these products transform into transitional objects to which…we attribute conscious agency*."

Une première limitation concerne les termes utilisées pour interroger les personnes sur leurs liens aux objets. Il est question d'objets favoris (Wallendorf & Arnould 1988), d'objets que nous chérissons (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton 1981), d'objets importants, d'objets trésors. Le choix des mots peut largement influencer et modifier les résultats et donc soulever une question importante de méthodologies de recherche[439]. En s'appuyant sur l'aspect précieux, il est possible que les fonctions symboliques des objets soient sur-répresentées (Mugge 2008, p20). Ces questions peuvent aussi limiter la présence d'objets ordinaires. L'attachement aux produits se focalise sur l'objet totalement singularisé et irremplaçable et ceci devrait favoriser les sens symboliques de l'objet pour la personne (Schifferstein &Zwartkruis-Pelgrim 2008), surtout quand il s'agit d'énoncer verbalement ou par écrit les raisons d'un attachement. L'irremplaçable est comparé à l'indispensable, le premier étant une qualité émotionnelle et peut-être abstraite. L'attachement comme concept aurait beaucoup plus de correlation avec lui (Schifferstein & Zwartkruis-Pelgrim 2008).

Le mot irremplaçable suggère une qualité pérenne mais les liens entre l'attachement comme concept et les relations durables ne sont pas prouvés. Kleine & Baker signalent ce point comme une orientation importante pour de futures recherches. L'attachement aux produits ne suit pas une évolution croissante selon plusieurs études[440] et semble surtout présent en début de relation et même avant l'achat[441]. Les souvenirs sont mentionnés comme un élément important dans l'attachement aux produits et sont a priori un élément en croissance continu pendant la vie avec un produit mais l'évolution des valeurs d'attachement et l'évolution des souvenirs ne correspondent pas dans les études. Mugge signale que le développement d'un lien émotionnel (le terme qu'elle utilise pour définir l'attachement) ne crée pas forcément une relation durable avec un produit (Mugge 2008, p79). L'attachement est décrit comme une qualité évoluant avec l'identité de soi et devient, de ce fait, tributaire des changements de l'image de soi. L'attachement aux produits est de caractère dynamique et les sens importants (*special meanings*) d'un objet peuvent se perdre rapidement (Mugge 2008, p108),[442].

---

[439] Kleine & Baker (2004) notent, en conclusion à leur étude que "*We know that possessions do not need to be expensive, rare or exotic to become objects of attachment. The most mundane, ordinary possessions serve attachment functions well. Scholarship has yet to identify properties of ordinary possessions that encourage or discourage attachment*."

[440] *ibid* , Ball et Tasaki 1992

[441] Schifferstein & Zwartkruis-Pelgrim 2008

[442] La conclusion de l'article de Cupchik (2017) propose que "*emotional attachment happens when design products turn into "transitional objects" through the bottom-up synchronisation of motor-sensory based experiences with competent mastery of the product and its function*". Cette proposition confirm l'importance de l'action et la fonction, mais en finale relie la pérennité de la relation au soi et donc aux transitions!

Une autre limitation du concept d'attachement aux produits reflète un point mentionné plus haut dans les concepts d'extension de soi. Il est presque toujours question de relations conscientes et actives. La théorie d'attachement humain contient d'importants facteurs liés au toucher et à la proximité mais ces aspects semblent peu présents dans les théories de l'attachement aux produits.

Tout comme dans les définitions de soi en début de section, le faire, l'utilité et la fonction sont très peu présents dans les théories d'attachement aux produits. Il est signalé que l'utilisation continue d'un objet va contribuer à pérenniser l'attachement[443]. Le fait que le produit continue à être utilisé est également mentionné comme une condition importante pour garder intacts les souvenirs et les sens investis dans ce produit.[444] Le rôle de médiation de l'utilisation pour d'autres facteurs d'attachement est reconnu, mais le rôle direct ou l'influence de cette utilisation n'est pas exploré.

Le plaisir est un déterminant validé dans les études récentes réalisées sur l'attachement aux produits et en lien avec le design[445]. Or, la notion même de plaisir est très peu développée dans ces études. Les trois facettes proposés par Mugge sont: l'évocation de plaisir ("*enjoyment*"), la capacité à faciliter une activité agréable et la provision/procuration de plaisir sensoriel. Elle mentionne que les produits peuvent donner du plaisir à cause d'une utilité et/ou d'une apparence supérieure, mais considère que ces qualités ne sont pas forcément durables dans un contexte d'évolution technologique rapide. Le plaisir (*enjoyment*) dans l'étude de Schifferstein & Zwartkruis est aussi signalé comme étant un composant important de l'attachement surtout en début de relation. Ils questionnent ainsi le plaisir comme déterminant pouvant être durable. Schifferstein & Zwartkruis mentionnent que les produits peuvent tenter d'évoquer le plaisir sensoriel et esthétique ou évoquer des expériences plaisantes et engageantes. Les cas cités suggèrent au moins que le plaisir dans l'attachement au produit peut être une qualité en lien direct avec l'interaction produit-individu, ou évoquée dans la relation avec le produit.[446]

---

[443] Mugge 2008, Schifferstein & Zwartkruis-Pelgrim 2008

[444] Ruth Mugge, Hendrik Schifferstein & Jan Schoormans, A Longitudinal Study of Product Attachment and its Determinants, European Advances in Consumer Research Volume 7, 2006

[445] Mugge 2008, Schifferstein & Zwartkruis-Pelgrim 2008

[446] Dans la recherche en "Positive Design" ou "Design for Wellbeing", ou "Design for Happiness" (eg. Anna Pohlmeyer, Design For Happiness, in Interfaces, Autumn, 2012) il est proposé que le design, et des produits, peuvent apporter du bien-être. Pohlmeyer identifie que les produits peuvent 1) être **source** de plaisir, 2) être **symboles** de plaisir, 3) **rendre possible** (*enable*) le plaisir, en termes d'activités /expériences, ou encore 4) **soutenir** (*support*) le plaisir, en termes de comportements et pensées. L'approche ici est plutôt ce que le design peut apporter dans le bien-être subjective, et cherche ainsi à ne pas se restreindre au produit physique et des "*materialistic, short-lived pleasures*". Nous pouvons noter néanmoins qu'il est en partie question d'actions, expériences et comportements et donc de l'utilisation en lien avec le plaisir.

L'attachement aux produits comme théorie aide à comprendre le rôle des objets surtout en rapport avec l'identité de soi. La théorie permet de décomposer plusieurs aspects des relations avec les objets mais ne semble pas forcement pertinente, ou en tout cas complète, pour décrire et comprendre tous les aspects des relations pérennes.

Csikszentmihalyi & Rochberg_Halton: *product meanings*	Kleine/Baker: *traits to characterise product attachment*	Mugge: *product meanings (already a synthesis)*	Schifferstein/Zwartkruis: *self schema facettes*
	specific material object		
	psychologically appropriated		
	singularised		
		living (being) object qualities	
UTILITARIAN		utility/functional attributes	*diffuse self*
EXPERIENCE		evoke pleasure/give sensorial pleasure	
(SELF)	self extension	self identity expressing/ reinforcing	*private self*
PERSONAL VALUES			
MEMORIES	personal history	symbolising personal history	
		investment value	
STYLE		style/design/uniqueness	
INTRINSIC QUALITIES OF OBJECT			*public self*
IMMEDIATE FAMILY, KIN NON-FAMILY		representing social links	
ASSOCIATIONS		cultural/religious expression	*collective self*
	attachment strength		
	facettes and complexity		
	emotionally complex		
	dynamic and evolving		
overall; person + non-person meanings	overall: self definition and self stability vs evolution	mainly; pleasure, memories, self expression, social links	

Tableau 2,4 *Vue comparative des sens et facettes contenus dans l'attachement aux objets selon les principales théories évoquées*

2,4 Des besoins et des plaisirs

Economics focusses on the broad transactions of money and products. In contrast there is little attention paid to the economics of the domestic, personal, affectionate, and aesthetic character of private lives. This is so even though it is on these subtle matters, which are often associated with pleasure, as well as with need, that economic activity finally depends.[447]

Dans cet extrait du livre, *The Pursuit of Pleasure*, Lionel Tiger associe la partie domestique, personnelle, affectueuse, esthétique des vies privées et le plaisir. Il suggère aussi que ces thèmes "subtils" soutiennent l'activité économique. *The Pursuit of Pleasure* est une manifeste pour l'importance du plaisir. Tiger écrit qu'un "*hard-worker*" est plus facilement et généralement apprécié qu'un "*playboy*" (Tiger, p11). Le plaisir a mauvaise réputation. Mais le fait que les plaisirs sont des besoins (réels) est au coeur du livre de Tiger. Le plaisir y est décrit comme un "*entitlement. An evolutionary entitlement*". Les êtres humains ont besoin du plaisir comme ils ont besoin de vitamines, de la convivialité, de la chirurgie, de la représentation politique, de l'eau, de la chaleur[448].

Le plaisir dans les interactions aux produits

Le livre de Tiger, publié en 1992, a inspiré un des premiers cadres théoriques établis sur le plaisir dans le contexte du design des objets (Patrick Jordan, *Designing Pleasurable Products*, 2000). Partant du lien entre plaisir et besoins, Jordan y présente une approche "*Pleasure-based*" pour le design des produits. Le but de cette approche est de considérer tous les bénéfices potentiels qu'un produit peut apporter (Jordan 2000, p12).

La première définition du plaisir évoquée par Tiger et reprise par Jordan est celle de l'Oxford English Dictionary: la condition consciente ou sensation provoquée par la délectation ou l'anticipation de ce qui est ressenti ou perçu comme bon ou désirable: joie, délectation, gratification. Le plaisir est l'opposé de la douleur[449]. La définition plus simple de plaisir dans le domaine du design des produits proposée par Patrick Jordan est: "*Pleasure with products: the emotional, hedonic and practical benefits associated with products*" (Jordan 2000, p12). Le fait d'utiliser les termes émotionnels, hédoniques et pratiques pour classifier les bénéfices aptes à

---

[447] Lionel Tiger, *The Pursuit of Pleasure*, Little, Brown & Company, Boston, p6, 1992

[448] *ibid*, p21. Les mêmes idées se trouvent maintenant beaucoup plus répandues dans le domaine de la psychologie positive, et les approches en design et HCI qui en sont issues. Par exemple, Anna Pohlmeyer, chercheuse en *Positive Design*, commence son article sur *Design for Happiness* (2012, op cit.) avec "*The pursuit of happiness is valued as a natural human right. Happiness should be appreciated as an ongoing process itself and as a life resource"*.

[449] Jordan, 2000, Tiger, 1992

produire du plaisir avec les produits peut prêter à confusion. Pour Jordan, les bénéfices "hédoniques" sont ceux qui concernent les plaisirs sensoriels et esthétiques (*ibid*, p12). Les bénéfices émotionnels sont ceux qui sont en lien avec la façon dont un produit va modifier l'état affectif ("*a person's mood"*). Chez d'autres auteurs, dans le domaine des plaisirs liés aux produits, il est question de *plaisirs esthétiques* qui contiennent les réactions sensorielles de plaisir/déplaisir. L'*expérience émotionnelle* étant une phase à part en terme de processus[450]. Une définition plus utile dans le contexte de notre chapitre et, probablement, fidèle à la volonté d'approche holistique de Jordan, vient de travaux postérieurs de dix ans, toujours dans le contexte de la recherche en design; "*the positive subjective experiences that are elicited during the interaction with artifacts*".[451] De ces deux définitions nous pouvons retenir qu'il s'agit d'expériences entre le sujet (humain) et l'artefact, dans toute interaction (et non seulement l'utilisation), positive et bénéfique.

Dans la littérature sur les expériences subjectives positives avec des produits, il est possible de trouver un très grand nombre de termes. Don Norman évoque des "*exciting product experiences*" et suggère que "*beauty, fun, and pleasure all work together to produce enjoyment, a state of positive affect*".[452]. Hassenzahl et al. évoquent "*design for happiness*" et "*pleasurable and meaningful moments at the centre of all design efforts*"[453] et Schifferstein et Zwartkruis-Pelgrim (2008) préconisent "*products that evoke sensory and aesthetic pleasure*". La liste et la variété des termes pourraient être beaucoup plus longues. Ces auteurs abordent le plaisir dans l'expérience avec les artefacts mais sur des niveaux très divers. Les termes *Design for happiness* et *positive affect* suggèrent des principes larges et diffus tandis que *exciting experiences* et *pleasurable moments* semblent traiter des expériences ponctuelles. Les points de vue (plutôt centrés sur le produit, sur la réception, sur l'interaction) semblent également plutôt diversifiés.

La question du plaisir dans l'interaction avec les artefacts se situe dans un champ de recherche en design en pleine expansion et aujourd'hui nommé "Product Experience" (Schifferstein & Hekkert, 2008). Paul Hekkert et Hendrik Schifferstein définissent celle-ci comme "*the awareness of the psychological effects elicited by the interaction with a product, including the degree to which all our senses are stimulated, the meanings and values we attach to the product, and the*

---

[450] Paul Hekkert, Design Aesthetics: Principles of Pleasure in Design, *Psychology Science,* vol. 48 (2), p157 - 172, 2006

[451] Marco Rozendaal & Hendrik Schifferstein, Pleasantness in Bodily Experience: A Phenomenological Inquiry, International Journal of Design, vol 4, no.2, 2010

[452] Norman, 2004, Emotional Design, Why We Love or Hate Everyday Things

[453] Marc Hassenzahl, Kai Eckoldt, Sarah Diefenbach, Matthias Laschke, Eva Len, Joonhwan Kim, Designing Moments of Meaning and Pleasure. *Experience Design and Happiness.* International Journal of Design, vol 7, no.3, 2013

feelings and emotions that are elicited". Ces trois composants ou niveaux (l'expérience esthétique, l'expérience de sens (*meaning*), l'expérience émotionnelle) vont être discutés plus en détail dans le chapitre suivant. Desmet et Hekkert suggèrent que les mots *affect* et *expérience* peuvent être utilisés de façon quasiment interchangeable. Dans leur utilisation du terme "*product experience*", l'expérience est affective, se référant à l'utilisation en psychologie de la notion d'état affectif pour designer toute type d'expérience subjective avec valence (bonne ou mauvaise, plaisante ou déplaisante).[454] Leur définition contient aussi la notion de "*awareness*" (conscience) des effets, et le fait que ces effets sont entendus comme "psychologiques".

Au delà des facilités d'utilisation en interaction

Les structures proposées pour "*Designing Pleasurable Products*" de Jordan permettent de se concentrer sur les interactions positives avec les produits sans prendre position sur la nature affective et/ou émotionnelle des expériences ni sur les questions de conscience ou d'évaluation. L'intérêt des cadres proposés par Jordan réside aussi dans leur fondement dans l'ergonomie et l'*usability.* Il est à noter qu'ils ont précédé à une grande partie de la recherche en *product experience*.[455]

Ces structures permettent de mieux comprendre le plaisir pour ensuite l'intégrer dans une démarche de conception de produits donc dans une approche pragmatique. En parcourant la façon dont Jordan structure la question du plaisir avec les objets, nous allons pouvoir évoquer un certain nombre d'autres recherches se situant entre les besoins et les plaisirs et partageant certaines bases théoriques.

Patrick Jordan commence la construction de ses reflections sur le plaisir par un état des lieux de ce qu'il appelle "*human-factors*" en design. Avec l'évolution des produits à forte composante technologique et avec une sophistication croissante des personnes à qui les produits technologiques sont destinés, la qualité de l'interaction devient un point important de différenciation mais aussi de potentielle frustration. Dans ce contexte, il n'est plus seulement question de concevoir des produits en termes de "*usability*" (facilité d'utilisation), il devient important d'avoir une qualité dans cette utilisation. La prise en compte des "facteurs humains"

---

[454] Pieter Desmet & Paul Hekkert, Framework of Product Experience. International Journal of Design, 1(1), 13-23, 2007

[455] En termes de socle, le travail de Jordan est cité très souvent, probablement parce-que le design a d'abord traité l'ergonomie et "usability" avant d'aborder l'experience au delà, comment un produit serait "plus-qu'utilisable" et comment l'expérience peut devenir plus globale. Pohlmeyer (2012) note le même chose, "*…traditional HCI was very problem-oriented, UX is a positive approach to HCI, looking for rich experiences rather than solely focusing on usability problems*", s'adressant ainsi au "*truly good*", plutôt que le "*not bad*".

de façon plus globale peut accroître la valeur des produits et apporter du plaisir dans les interactions au-delà du fait de faciliter et de régler des problèmes d'utilisation. Pour cela, il faut regarder la relation entre les individus et leurs produits de manière plus holistique (Jordan, 2000, p4).

La hiérarchisation des besoins

La hiérarchisation des besoins humains de Maslow[456] donne un cadre théorique permettant ce regard global. Dans l'introduction de la ré-édition du livre en 1970, Maslow parle d'un "*hierarchy of values which are to be found in the very essence of human nature itself. These are not only wanted and desired by all human beings, but also needed in the sense that they are necessary to avoid illness and psychopathology*." (Maslow, 1970, preface xiii)

La hiérarchie de Maslow parle de besoins élevés (*higher needs*), de besoins moins élevés ou basiques (*lower ou basic needs*) et d'un principe de force relative (*relative potency*). Un besoin est plus fort s'il domine l'organisme humain quand il s'agit de choix entre deux besoins. Ces besoins physiologiques sont donc plus forts que les besoins de sécurité qui sont plus forts que les besoins d'appartenance sociale (appelé aussi "*love needs*" par Maslow). Les deux derniers besoins sont le besoin d'estime et le besoin d'actualisation de soi. Un des buts de Maslow était une psychologie positive[457] prônant l'emergence de "*fun, pleasant aimlessness, casual and random behaviour*"[458] en réaction aux dogmes pragmatiques de l'époque sur la nature motivée des comportements. La gratification des besoins, selon Maslow, permettrait l'émergence de ces comportements non-motivés.

L'étude empirique du bonheur individuel de la psychologie positive prend de l'ampleur à partir de l'année 2000[459]. Hassenzahl et al. citent des travaux récents qui prônent l'acquisition d'expériences positives dans le quotidien par le biais d'activités et suggèrent que cela présente une opportunité excitante mais difficile pour les disciplines du design. Il devrait être possible de faire du "design pour le bonheur" à travers des expériences positives d'activités facilitées par des artefacts.

---

[456] Abraham Maslow, *Motivation and Personality*, (2nd edition) Harper & Row, New York, 1970. Le livre de Maslow est publié pour la première fois en 1954. Psychologue et philosophe Américain. Son hiérarchie, transformée en diagramme pyramidal (ce que Maslow n'a jamais fait) est incontournable dans l'enseignement du design.

[457] Maslow a décidé d'omettre le chapitre finale "*Toward a Positive Psychology*" (présent dans la première édition de 1954) dans la version plus largement cité de 1970.

[458] ibid, p70, et aussi p230 "*American psychology, by participation is over pragmatic, over-Puritan and over purposeful. This is evident…in what it neglects. No textbooks have chapters on fun and gaiety, on leisure and mediation, on loafing and puttering, on aimless, useless and purposeless activity, on aesthetic creation or experience, or on unmotivated activity.*"

[459] Hassenzahl et al. 2013 donnent la date de 2000 et les travaux de Seligman et Csikszentmihalyi comme début de la *Positive Psychology*.

La structure hiérarchique de Maslow est largement reprise dans les disciplines du design et de la recherche en design. De façon très simple cela permet de donner plus d'importance aux besoins psychologiques et non seulement physiologiques. Jonathan Chapman écrit que, dans le monde développé et confortable la motivation des consommateurs est poussée avant tout par les besoins sociaux, d'égo et d'actualisation de soi. Selon lui, une fois nos besoins satisfaits sur un niveau, nous procédons vers le niveau au-dessus (Chapman, 2005). Jordan écrit que le but de *human-factor-design* n'est plus seulement d'améliorer la facilité d'utilisation. Quand les besoins basiques, physiologiques et de sécurité sont satisfaits, les consommateurs seront frustrés si leurs besoins et motivations plus élevés ne sont pas comblés (Jordan, 2000, p5). Nous trouvons encore l'idée selon laquelle les caractéristiques fonctionnelles (le niveau physiologique et de sureté/ sécurité) et inspirationnelles (le niveau d'actualisation de soi) sont présents dans une expérience. Et selon le principe de hiérarchie de Maslow, si (la relation à) l'objet possède des caractéristiques fonctionnelles et inspirationelles, il devrait également posséder des qualités "sociales/ positionnelles" (Walker, 2004).

La hiérarchie proposée par Maslow est peut-être en réalité un peu moins rigide que ses ré-utilisations. Pour Maslow, il ne faut pas imaginer qu'un besoin doit être satisfait à 100% pour que le prochain besoin émerge: il faut plutôt considérer que le plupart de la société est partiellement satisfaite dans ses besoins de base à tout moment et partiellement insatisfaite. La notion de hiérarchie représentera avant tout des pourcentages décroissants de satisfaction (Maslow, 1970, p53-54).

Selon Maslow les besoins plus élevés se caractériseraient par le fait que leur gratification est illimitée et possède plus de pré-conditions tout en produisant des résultats subjectifs plus désirables et un bonheur plus profond. Maslow considère que les "*higher needs and lower needs*" sont également dans la nature humaine et sont tous deux "*instinctoid and biological*" (Maslow, 1970, p101). Ces points justifient le champ très large qu'est devenu le design pour le plaisir et sa complexité. (Ceci rendant, du même coup, le diagramme pyramidal plutôt inapproprié.)

La hiérarchie de Maslow est utilisée par Jordan pour justifier et situer une approche de design basée sur le plaisir. Chaque niveau doit être satisfait avant d'aborder le prochain, mais la combinaison de tous est souhaitable. Il s'agit également d'établir un niveau de base requis pour un produit, sa fonction, pour aller vers le "*usability*" (la facilité d'utilisation). Un bon fonctionnement ne garantirait pas la facilité d'utilisation mais une fois le bon fonctionnement acquis, la facilité d'utilisation deviendrait une attente ou un besoin. Une fois ces deux niveaux

satisfaits et acceptés, le consommateur s'attendrait à plus encore; des "objets vivants" avec lesquels on pourrait établir des relations, des bénéfices émotionnels et non seulement fonctionnels (Jordan, 2000, p6).

Satisfaction et dimensions hédonistes dans l'expérience

Nous pouvons noter que le niveau médian, la facilité d'utilisation, est typiquement défini dans l'ergonomie en termes de trois buts à accomplir: l'efficacité, l'efficience et la satisfaction de l'utilisateur.[460] La définition ISO de satisfaction reprise par Jordan est '*the level of comfort that the user feels when using a product and how acceptable the product is as a vehicle for achieving their goals*".[461] Hancock et al. suggèrent qu'une mesure de cette satisfaction dans la facilité d'utilisation pourrait être basée sur l'*affordance* perceptuelle. Le niveau de plaisir, avec comme but l'expérience, devrait être mesurable en termes d'*affordance* hédonique. En (re)prenant également une structure pyramidale[462], Hancock et al. proposent une hiérarchie de besoins ergonomiques et "*hédonomiques*"; les niveaux de sûreté et fonctionnalité seraient dans le domaine de l'ergonomie, l'expérience plaisante et l'individuation seraient dans le domaine des "hédonomiques" et entre ces deux groupes le "usability" serait en partie une question ergonomique et en partie hédonomique.

Dans un modèle[463] issu du domaine de UX (User Experience) plutôt que de besoins plus ou moins élevés, il est question de deux dimensions différentes de la perception des utilisateurs devant les produits interactifs. La dimension "pragmatique" concernerait la capacité de l'objet à permettre des "*do-goals*" (des buts instrumentaux): comme passer un coup de fil téléphonique, trouver un livre en ligne… La dimension hédonique concernerait la capacité du produit à aider à accomplir des "*be-goals*" (buts liés à l'identité de soi): être compétent, être lié aux autres…[464]. Le pragmatique serait plutôt tourné vers l'extérieur (*outward focus*), et l'hédonique plutôt vers l'intérieur (*inward focus*).[465] Hassenzahl (2007) signale que le modèle considère que les aspects hédoniques et pragmatiques ne sont pas liés pour les utilisateurs, ce sont des aspects distincts et

---

[460] Peter Hancock, Aaron Pepe, Lauren Murphy, 2005, Hedonomics: The Power of Positive and Pleasurable Ergonomics, Ergonomics in Design The Quarterly of Human Factors Applications 13(1):8-14 · December 2005, citant Preece, Rogers & Sharp, 2002

[461] Jordan,2000, p7 citant ISO DIS 9241-11

[462] voir note sur pyramide de Maslow ci dessus

[463] eg. Marc Hassenzahl, The Hedonic/Pragmatic Model of User Experience, *in* Towards a UX Manifesto, Lancaster, UK, *in* HCI 2007

[464] ibid, p10

[465] Annemarie Lesage, The autotelic experience: A design approach to user experience (UX), thèse doctorale, Université de Montréal; Autotelic experience, 2015

parfois même contradictoires.[466] En comparant ce modèle avec l'échelle de fonctionnalité, facilité d'utilisation et plaisir de Jordan, l'auteur signale que plutôt qu'une hiérarchie où chaque niveau est la pré-condition pour le prochain, il faut penser en termes de situation qui va dicter la hiérarchie relative des buts "*be*" ou "*do*".[467]

Une traduction plus récente de ces thèmes hédoniques dans le domaine du design (Hassenzahl et al, 2013) propose une sélection de six besoins psychologiques considérés comme important pour le design d'expériences (liés aux produits) porteuses de sens personnels. Les six besoins sont présentés comme pertinents car leur satisfaction serait une source potentielle de positivité, de sens et, de façon ultime, de bonheur. Ils sont; l'autonomie, la compétence, la socialité (*relatedness*), la popularité, la stimulation et la sécurité. Dans cette liste, trois besoins psychologiques semblent très proche de ceux de Maslow, la sécurité (*safety needs*), la socialité (*belongingness/love needs*) et la popularité (*esteem needs*), deux autres, l'autonomie et la compétence, semblent proche de la notion de l'actualisation de soi. Le besoin de stimulation n'a pas d'équivalence chez Maslow. La définition de ce besoin est "la sensation que vous avez beaucoup d'amusement et de plaisir plutôt que de sentir l'ennui et la manque de stimulation" (Hassenzahl et al, 2013, p22). Ailleurs le même auteur associe ce besoin avec l'envie de la nouveauté, de la curiosité, de la créativité et de l'originalité[468] et même de *personal growth* (accomplissement progressif?).

Hassenzahl et al. signalent que la satisfaction de besoins est toujours située dans des pratiques spécifiques, dans des actions situées. Il est noté également que cette liste sert à caractériser une expérience en termes de "profil des besoins" et permet de révéler les besoins plus ou moins saillants. Tout comme le travail de Jordan il s'agit d'outils structurants (et pratiques) et non de théories.

Design Positive et Design for Happiness

Aux dimensions pragmatiques et hédonistes, le design pour le bien être subjectif[469] ajoute l'eudémonique, qui serait une *virtue-oriented approach to well-being that can be achieved through psychological growth* (Pohlmeyer, 2012). De ce fait, le cadre proposé pour un design qui

---

[466] Hassenzahl, 2007; la simplicité par exemple a une haute valeur pragmatique, mais pas forcement une haute valeur hédonique

[467] *ibid*, p11

[468] Hassenzahl, Aesthetics in interactive products: Correlates and consequences of beauty, *in* Schifferstein H.R.J & Hekkert P. eds., *Product Experience*, p287 - 302, 2008

[469] Pieter Desmet & Anna Pohlmeyer, Positive Design: An Introduction to Design for Subjective Well-Being, International Journal of Design, 7 (3), 5-19, 2013. Cette approche est aussi décrit comme du *"design that promotes human flourishing",* en prenant appui sur les recherches en psychologie positive, par exemple Seligman, *Flourish*, Free Press, NY, 2011, ou Biswas-Diener, Material wealth and subjective well-being, in *The science of subjective well-being* (p307 - 322), Guilford Press, NY, 2008

permet ou qui stimule le bien-être par Desmet et Pohlmeyer (2013) contient trois composants principaux;

1) Design for pleasure: experiencing positive affect (design pour le plaisir)
2) Design for personal significance: pursuing personal goals (design pour du sens personnel)
3) Design for virtue: being a morally good person (design pour des comportements vertueux)

Sachant que ces recherches s'inscrivent dans la recherche en design et dans les outils pour le design, Pohlmeyer (2012) propose une grille (*matrix*) pour le design pour le bien-être. Le but est d'illustrer la nature multi-dimensionnelle du bien-être selon les théories récentes, et de montrer de multiples opportunités en termes de design. Dans son modèle, cinq éléments de bien-être: des émotions positives, l'engagement, les relations positives, le *meaningfulness* et l'accomplissement sont croisés avec quatre façons dont les produits peuvent, directement ou indirectement, agir. Les (relations aux) produits peuvent être sources ou symboles pour le plaisir et le bonheur. Ils peuvent aussi faciliter (*enable*) des activités et expériences plaisantes et positives. Et enfin des produits et solutions en design peuvent soutenir (*support*) des comportements et pensées augmentant le bonheur. Pohlmeyer (2012, p10) note qu'il est important que l'on ne conçoive pas des produits limités à leur valeur matérielle. Sur les vingt croisements que propose cette grille du "design for well-being" le rapport directe à l'objet matériel est effectivement très peu présent par rapport aux aspects symboliques (et psychologiques)[470].

Five elements of Well-being (from Positive Psychology) (ROLE OF DESIGN/PRODUCT)	Positive emotions	Engage-ment	Positive relationships	Meaning	Accom-plishment
SOURCE	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
SYMBOL	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
ENABLE	**11**	**12**	**13**	**14**	**15**
SUPPORT	**16**	**17**	**18**	**19**	**20**

Tableau 2,5 *Design Well-being Matrix, d'après Pohlmeyer, 2012*

[470] Quelques exemples de produits par rapport aux chiffres/cases proposés par Pohlmeyer sont: 3) un robot accompagnant de personnes âgées, 4) un thermostat écologique, 8) une bague de fiançailles, ou photo de famille, 10) une trophée, 11) des jeux interactifs, 12) un instrument de musique, 13) des smart phones/accès aux réseaux sociaux, 15) un simulateur de conduite/de vol… Nous pouvons remarquer que les actions/activités sont assez présentes dans les croisements produits par ce matrix.

Hiérarchisation des besoins pour des artefacts durables

Un autre proposition de structure pour le design basée sur une gamme compréhensive de besoins humains (Walker, 2004) ne cite pas le plaisir mais s'adresse au "sustainability". Stuart Walker propose le principe de "*Enduring Artefacts*", des objets pérennes[471] dont on peut identifier trois categories de qualités/caractéristiques. Les trois catégories sont comparées aux besoins de Maslow; "F*unctional objects"* pour nos besoins physiologiques, biologiques et de sécurité; "*Social/Positional objects"* pour nos besoins d'amour, d'appartenance et d'estime; "*Inspirational/Spiritual objects"* pour nos besoins spirituels, notre besoin de savoir, d'accomplissement de soi, d'évolution personnelle. La combinaison des deux premieres qualités est identifiée par Walker comme non pérenne et donc aussi potentiellement néfaste en termes d'écologie. Tout comme la notion de design pour la vertu (Desmet & Pohlmeyer, 2013, Pohlmeyer, 2012) citée ci-dessus, la pérennité est liée aux aspects plus spirituels et symboliques.

Cet exemple peut nous intéresser pour sa volonté d'établir des critères nécessaires pour la longévité dans les relations avec les objets. Nous pouvons aussi remarquer que ces niveaux ou catégories sont à la fois proches de l'échelle des besoins de Maslow et présents dans la structure (présentée ci-dessous) que Jordan utilise pour aider à comprendre les différents types de plaisir que les gens peuvent chercher et que les produits peuvent apporter.[472] Dans une reflexion plus récente de Stuart Walker, les trois niveaux deviennent le *personal meaning*, le *practical meaning* et le *social meaning.* La notion de "personal meaning" contient le "*spiritual or meaning-seeking path and the ethical perpective and matters of conscience that emerge from it"*.[473] Dans la nouvelle réflexion de Walker la hiérarchie de Maslow sert encore, cette fois-ci pour comparer d'un point de vue psychologique ce qu'il appelle des "*world views*", dont il identifie trois: la traditionnelle, la moderne et la post-moderne. La moderne est comparée aux niveaux bas de besoins physiologiques et de sécurité. La postmoderne est mise en parallèle avec "*belongingness*" et "*love/esteem*". Et pour finir seule la vue traditionnelle contiendrait le spirituel et l'actualisation de soi.

Plaisirs de besoin ou d'appréciation?

Les six besoins psychologiques identifiés par Hassenzahl et al. (2013) sont proposés comme "sources potentielles de sensations (*feelings*) positives, de sens (*meaning*) et, au final, de

---

[471] Walker, 2004, Les objets étudiés sont ceux qui sont en production continue depuis des millénaires, "the sheer longevity of their production and use clearly testifies to their enduring importance in supporting human existence."

[472] Jordan, p11

[473] Stuart Walker, *Designing Sustainability: Making radical changes in a material world*, Routledge, UK, 2014, p57

bonheur". Ce lien entre besoins et plaisirs, chez Jordan, se trouve plutôt dans la différentiation proposée entre "*need pleasures*" et "*pleasures of appreciation*"[474]. Les premiers sont des plaisirs créés par le fait de passer "*from a state of discontentment to one of contentment*" et les deuxièmes sont des plaisirs "*positively pleasurable*" quel que soit l'état précédent.[475] Dans la vision de Jordan, nous pouvons ainsi considérer que le plaisir procuré par les produits commence avec la satisfaction et contient tout ce qui est au-delà de l'insatisfaction (*dissatisfaction*). La satisfaction de besoins et de buts (*need and goal satisfaction theories*) est citée comme une des explications du bonheur (hors prédisposition génétique) par Hassenzahl et al.[476]. Dans son étude sur l'attachement aux produits citée dans le chapitre précédent, Ruth Mugge sépare les notions de satisfaction et de plaisir dans les rapports aux produits. La notion de satisfaction semble très liée à l'utilisation et à la fonction. Le plaisir serait capable d'influencer (*mediate*) la satisfaction dans l'utilisation d'un produit. La notion de plaisir serait plutôt liée aux qualités hédoniques du produit, et/ou aux bénéfices "supérieurs" (Mugge, 2008, p37).

La volonté affichée de Jordan dans son "*pleasure-based approach*" est de considérer tous les bénéfices et sources de plaisir possibles avec des produits, c'est-à-dire, tout ce qui peut rendre l'interaction *positive*. La structure qu'il emprunte (Tiger, 1992) pour avoir ce regard holistique sur des plaisirs distingue quatre types ou concepts de plaisir: physique, social, psychologique et idéologique. Le "*physio-pleasure*" concerne le corps, le sensoriel, la préhension, le toucher, les qualités sonores, olfactives. Le "*socio-pleasure*" concerne les interactions sociales, l'identité sociale et la façon dont les produits peuvent les faciliter et les influencer positivement. Le "*psycho-pleasure*" concerne les réactions cognitives et émotionnelles dans l'utilisation des produits et rejoint, en partie, les thèmes de la facilité d'utilisation: l'efficience et l'efficacité (Jordan, 2000, p84). Le "*ideo-pleasure*" concerne les valeurs, gouts, aspirations (*ibid*, p85) et croyances, et aussi par exemple la façon dont les objets peuvent signifier les jugements de valeur de leurs propriétaires[477].

Expériences individuelles et corporelles

---

[474] Jordan, p14, citant des termes utilisées par C.S.Lewis, *The Four Loves*, un essai de 1960 ou Lewis décrit son affection pour des choses non-humains; plantes, animaux, artefacts…

[475] *ibid*, p14-15

[476] Hassenzahl et al (2013), citant Diener, Oishi et Lucas, 2009, Subjective well-being: The science of happiness and life satisfaction, in the *Oxford Handbook of positive psychology*.

[477] Donald A. Norman, *Emotional Design, Why We Love (or Hate) Everyday Things*, Basic Books, New York, 2004, p105

Un des points de départ du livre de Lionel Tiger, à l'origine de cette classification des plaisirs, est la nature idiosyncrasique et privée des plaisirs, ce qui les rend difficile à définir. Chaque individu possèderait une définition personnelle du plaisir et aurait une vraie difficulté à apprécier ou même à comprendre les plaisirs des autres (Tiger, 1992, p16). Dans l'approche de Jordan, les "quatre plaisirs" sont d'abord une façon de comprendre la personne à laquelle un produit est destiné. Cette structure analytique peut permettre de comprendre les différents bénéfices que le produit peut apporter - être un moyen de lier les bénéfices aux propriétés des produits - d'évaluer les solutions du design d'un produit en réponse aux bénéfices requis. Si Jordan suggère qu'il n'est pas question de couvrir forcément la gamme complète de plaisirs, il donne néanmoins des exemples de produits contenant des bénéfices dans chacun des types.

Dans l'adaptation de la structure des quatre plaisirs aux besoins du design des produits il n'y a pas de hiérarchie, (ce qui est aussi présent chez Tiger): "*we may find it useful, indeed necessary, to treat both mental and physical kinds of pleasure as rather more similar to each other than is usually the case*" (Tiger, p21).

Une étude plus récente, toujours pour la discipline du design, s'est focalisée sur l'expérience corporelle du plaisir dans la vie quotidienne (Rozendaal & Schifferstein, 2010). Partant d'entretiens structurés autour de sept "facultés du corps": la vue, l'audition, l'odorat, le goût, le toucher, l'action et la pensée, les chercheurs ont utilisé un processus emprunté à la recherche phénoménologique[478] pour dégager sept thèmes de "*pleasantness*". Les thèmes sont:

1. La socialité; le plaisir en lien avec les interactions sociales, (issue des clusters *Empathy, Social connectedness, Benevolence*)
2. L'esthétique; l'expérience du plaisir dans la stimulation sensorielle (*Variety, Simplicity, Harmony*)
3. Le confort; les recompenses (*nourishment!*) corporelles (*Cherishment, Freshness, Satiation, Tranquility*)
4. "Agency"; l'expérience de l'efficacité personnelle, (*Competence, Autonomy, Discipline*)
5. L'association; le plaisir dans l'attribution de sens (*Fantasy, Nostalgia, Recognition*)
6. La vitalité; l'expérience de la vitalité corporelle (*Whole, Firm, Energetic, Sentimental*)
7. La progression; le plaisir dans l'avancement (*Learning, Insight, Challenge, Discovery*)

Une vision large et multi-factorielle

Les expériences ou "topics" des participants dans l'étude de Rozendaal et Schifferstein ne pouvaient, typiquement, pas être classifiées sous un seul thème et chaque thème impliquait des facultés corporelles multiples. Cette étude confirme la nature multi-factorielle des plaisirs du

[478] Rozendaal et Schifferstein cite Moussakas, C. 1994, *Phenomenological Research Methods*

quotidien mais aussi leur multi-sensorialité. Les auteurs suggèrent que leurs résultats démontrent que dans les expériences de tous les jours le plaisir est présent sur de multiples niveaux, simultanément.[479] Il est néanmoins important de noter que l'étude ne concernait pas forcément les interactions avec des artéfacts même si la volonté des auteurs est de dégager des opportunités applicables pour le design d'interaction.

La plupart des sept thèmes générés dans l'étude de Rozendaal et Schifferstein ont des correspondances assez étroites avec les quatre zones de plaisir définies précédemment. La structuration de l'étude par "facultés corporelles" semble montrer que l'action joue un rôle important dans la génération de certains plaisirs: socialité, "*agency*" et progression en particulier.

L'ensemble des structures présentées dans ce chapitre semblent utiles pour établir une vision plus large de ce qui peut générer du plaisir ou rendre positif une interaction avec un objet. Celles-ci démontrent que, dans le cas des expériences avec les produits, les notions de besoins et de plaisirs peuvent partager les mêmes structurations. L'aspect à la fois physiologique et psychologique des expériences ou des interactions positives semble aussi renforcé. Finalement, ces structures soutiennent encore la nature multi-facette ou multi-factorielle des interactions positives.

Limitations des structures basées sur besoins et plaisirs

Une limitation de ces structures est peut-être le fait de ne pas identifier plus précisément les thèmes les plus importants dans la génération des relations positives avec les objets. En même temps la hiérarchisation est démontrée comme un exercice peut-être hasardeux. La notion des thèmes présents de façon simultanés semble plus utile, au moins comme point de départ. Dans les structures par besoins, l'idée que les interactions plus individualisées équivalent plus à de plaisir est peut-être aussi critiquable, car focalisée sur des valeurs et des hiérarchisations plutôt occidentales centrées sur l'individualisation.

Nous pouvons trouver aussi des critiques [480] sur le peu de place donnée à l'utilisation dans ces structures. Il y aurait un danger dans la recherche en "*design and emotion*"[481] à ne pas suffisamment considérer le plaisir résultant de la capacité d'un objet à accomplir une tâche.[482]

---

[479] ibid, p60

[480] Ozlem Savas, Emotions for the necessary, METU JFA, 2008, p 163 - 175

[481] La première conférence sur le Design and Emotion a eu lieu en 1999 à Delft, avec la fondation de la Design and Emotion Society, en lien également avec l'emergence du domaine de recherche en Product Experience.

[482] Savas, p171

Nous pouvons aussi remarquer qu'il est beaucoup question de sens (*meaning*) et assez peu de sens (sensorialité).

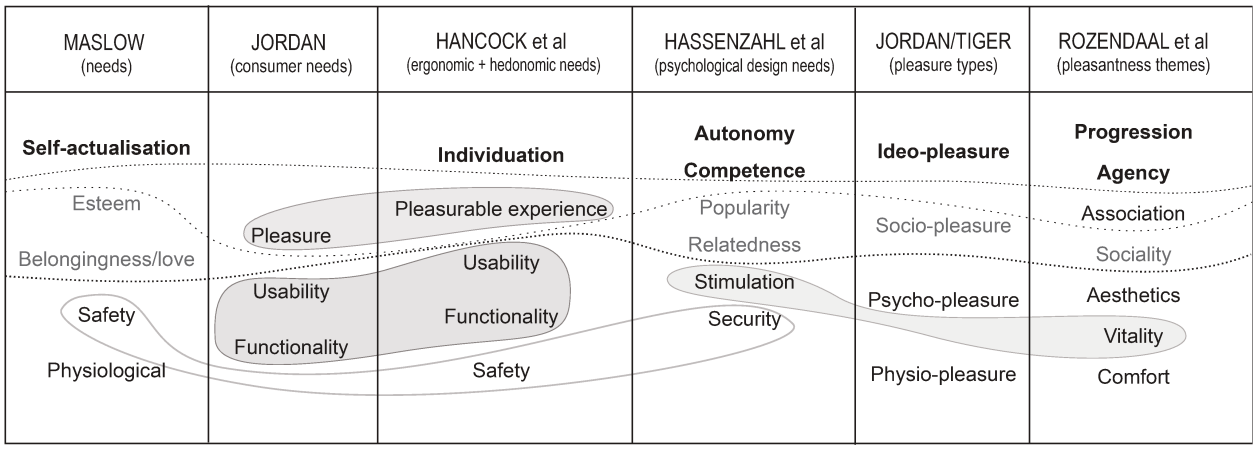


Figure 2,7 *Visualisation comparative des classifications des besoins et plaisirs*

En dehors de l'utilité et aussi des limitations des structures décrites ci-dessus, nous pouvons aussi signaler quelques questions soulevées:

En premier lieu, la question de l'applicabilité d'études sur les interactions et expériences plaisantes dans le cas de relations plus pérennes. Certains auteurs, signalant l'incompatibilité entre plaisir et longévité, préconisent des interactions évolutives capables d'apporter "*newness, novelty and uncertainty*".[483] Nous pouvons aussi mettre en avant l'argument que le plaisir dans les relations plus pérennes avec les produits a besoin d'être associé avec la fonctionnalité, et/ou l'utilité.[484] Une autre proposition est que le composant affectif plutôt qu'émotionnel va avoir un impact déterminant sur la longévité des relations humain/objet.[485] Il est donc nécessaire de trouver des modèles sur le plaisir traitant de la longévité[486]. Il est certainement important aussi de mieux établir la nature des plaisirs plus spécifiques des relations plus longues avec des objets. Enfin si la plupart des exemples cités ci-dessus sont basés sur les expériences conscientes, il semble important de considérer les expériences dont nous ne sommes pas ou peu conscients.

---

[483] Chapman 2005, Hancock et al. 2005

[484] Norman, 2002, p106 - 108, Schifferstein & Zwartkruis-Pelegrim, 2008, Mugge, 2008

[485] Kristina Borjesson & Martin Woolley, Affect, Emotion and Rationality. Contradictory variables in the aspiration for object longevity? *in* conf. Design and Emotion, 2008

[486] Dans l'approche de "*Design for Happiness*", (Pohlmeyer, 2012), nous pouvons lire que "*design for happiness aims to achieve a long-term effect and moves from satisfaction with a product (use), pleasurable interactions, and sensory delights to broader concepts such as overall life satisfaction.*" Il est donc suggéré ici que les interactions plaisantes avec les produits sont du domaine des effects à court terme. La relation avec le produit en termes d'utilisation et interactions plaisantes ne ferait pas partie du *happiness* sur le long terme. Le plaisir y est d'ailleurs plutôt présenté comme concernant le court terme, et le *happiness* (dans le sens de *life satisfaction*) le long terme.

2.5 Modes de traitement

When I am back in London I put one of these netsuke in my pocket for a day and carry it around. Carry is not quite the right word for having a netsuke in a pocket. It sounds too purposeful. A netsuke is so light and so small that it migrates and almost disappears amongst your keys and change. You simply forget that it is there. This was a netsuke of a very ripe medlar fruit, made out of chestnut wood in the late eighteenth century in Edo, the old Tokyo….My medlar is about to go from ripeness to deliquescence. The three leaves at the top feel as if they would fall if you rubbed them between your fingers. The fruit is slightly unbalanced: it is riper on one side than the other. Underneath, you can feel the two holes - one larger than the other - where the silk cord would run, so that the netsuke could act as a toggle on a small bag…It is a quiet one, undemonstrative, but it makes me smile. Making something to hold out of a very hard material that feels so soft is a slow and rather good tactile pun.[487]

Cette description, extraite du livre de Edmund De Waal, sur un des netsukes[488] qu'il venait d'hériter, illustre la richesse possible d'une expérience avec un objet, même un objet de la taille d'une grosse olive. Les informations reçues de l'objet par la vue et le toucher sont traitées, comparées avec la connaissance de l'auteur, font des allers-retours et génèrent des émotions, actions moteurs et réflexions.

Les cadres présentés dans ce chapitre tentent de structurer une partie des expériences décrites dans la citation, en s'appuyant avant tout sur les mécanismes de traitement et les émotions. Ces cadres viennent principalement des domaines de recherche en design; *Emotional design, Product Experience* ou *User Experience* (UX). Si on peut trouver beaucoup de points en commun dans les structures discutés dans ce chapitre, il faut noter qu'ils proposent de décrire des phénomènes proches mais néanmoins différents.

Emotional design, expériences et réponses humaines aux produits

Emotional design[489] est le titre du livre de Donald Norman, chercheur en sciences cognitives et aussi en "usability". Le sous-titre "*Why we love (or hate) everyday things*" montre que le sujet est bien nos relations quotidiennes avec les objets. La volonté de Norman est de créer un modèle

---

[487] Edmund De Waal, *The Hare with Amber Eyes, A Hidden Inheritance*, Chatto & Windus, UK, 2010

[488] Un "netsuke" est une sorte de grosse perle, souvent sculptée, qui servait traditionnellement à bloquer et ainsi à fixer le porte-monnaie (Inro) à la ceinture du kimono. Les netsuke devenaient des objets de collection en Europe à partir de la deuxième moitié du 19e siècle.

[489] Norman, 2004

de traitement basé sur les émotions, un modèle d' "*affective processing*" (Norman, 2004, p22) pour élucider les comportements (du quotidien) des êtres humains face à leur environnement et par extension face aux objets et produits. Toute expérience aurait un composant affectif pour assigner une valence, pour modifier la façon de penser (*ibid*, p25) et informer l'action motrice. Tout en étant un modèle de "traitement affectif", Norman y évoque les différents niveaux d'un système cognitif et émotionnel (*ibid*, p36).

Dans le domaine de "*Product Experience*"[490] mentionné dans le chapitre précédent, le cadre d'étude, large, est "la conscience des effets psychologiques générés par l'interaction avec un produit" (Hekkert & Schifferstein, 2008, p2). Les auteurs précisent qu'on peut débattre de la nature affective de ces conséquences/effets psychologiques et ils donnent aussi une précision sur leur utilisation du mot "expérience". Il s'agirait de l'expérience dans le sens du mot "*Erfahrung*" (ou *ervaring* en néerlandais), les expériences communes de tous les jours, plutôt que le "*Erlebnis*" (ou *belevenis*) les expériences d'événements mémorables et importants. Hekkert et Schifferstein identifient trois grandes perspectives d'approche aux interactions humain/produit: les êtres humains avec leurs systèmes et facultés (skills), l'interaction elle-même, le produit/ domaine. Le modèle d'expérience affective du produit (Desmet & Hekkert, 2007) se situe dans les interactions avec les produits et le UX design. Tout comme Norman, les auteurs partent du principe que l'émotion est une qualité centrale de l'existence humain et que notre rapport au monde est essentiellement affectif,[491] ou de façon plus simple l'expérience émotionnelle *est* l'expérience d'une situation interprétée par l'organisme.[492]

Crilly, Moultrie et Clarkson[493] soulèvent le manque de cadre conceptuel solide pour les réponses humaines à l'apparence des produits. Ils proposent de créer un cadre conceptuel intégrant beaucoup d'éléments de la littérature sur le sujet. Les paramètres seront difficiles à établir, en partie dû aux nombreux champs de recherche s'intéressant à ce sujet; l'esthétique, la psychologie, le "consumer research", la sociologie, le marketing et la sémiotique (Crilly et al. 2004, p2). Tout en couvrant beaucoup de points présents dans les modèles de Norman (2004) et de Desmet et Hekkert (2007), ce cadre se focalise seulement sur la réponse du consommateur à l'apparence visuelle. Les auteurs suggèrent néanmoins que les concepts qu'ils présentent seront

---

[490] Hekkert & Schifferstein, 2008, Desmet & Hekkert, 2007

[491] Desmet, 2008, Product Emotion, in *Product Experience*, Hekkert & Schifferstein, ed, 2008

[492] Phoebe Ellsworth & Klaus Scherer, Appraisal processes in emotion. In Davidson, Scherer & Goldsmith (Eds) *Handbook of the affective sciences*, OUP. 2003 citant Frijda, 1986

[493] Nathan Crilly, James Moultrie & P John Clarkson, Seeing things: consumer response to the visual domain in product design, Design Studies, 25/6, 2004

pertinents pour d'autres aspects sensoriels de l'interaction avec les produits. Pour rendre leur modèle utilisable par des designers, ils le situent dans le contexte de communication[494] entre le designer et le consommateur, avec 5 étapes; 1) La source (les designers), 2) Le transmetteur (le produit), 3) Les canaux (l'environnement), 4) La réception (les sens du consommateur, 5) La destination (la "réaction"/*réponse* cognitive, affective et comportementale du consommateur). C'est cette dernière étape que nous pouvons comparer avec les autres modèles présentés, même si le regard sur la réponse (et ni l'interaction ni la relation) à l'apparence du produit donne a priori un focus beaucoup plus restreint. (Voir Figure 2,12)

L'expérience (esthétique) avec les nouvelles technologies

Des recherches sur les expériences des humains avec la technologie de Wright et McCarthy[495] ont généré un autre modèle comparable sur certains points avec les précédents. Ils proposent une approche holistique, destinée au design d'interaction et à l'interaction humain-ordinateur, "*wherein the person with feelings, emotions and thoughts is the focus of design*" (Wright et al. 2008). Leur sujet est l'expérience *esthétique* avec une définition issue de l'esthétique pragmatique de Dewey, où il y aurait un potentiel esthétique dans toute expérience. Ici l'expérience est une interrelation dynamique entre les hommes et leur environnement. Ils considèrent que la technologie n'est pas quelque chose qu'on *utilise* mais quelque chose avec laquelle on *vit* (Lesage, 2012). Tout comme le modèle de Crilly et al., le but de ce modèle, ciblant surtout le design d'interaction, est de permettre une meilleur compréhension des expériences et relations avec la technologie. Enfin, comme dans le modèle de Crilly et al, il est aussi question de l'importance de la prise en compte du contexte.

Le UX (design) est défini comme les perceptions et les réactions (responses)[496] en interaction avec un produit. Bongard-Blanchy et Bouchard citent une revue des dimensions étudiées dans des papiers académiques sur le UX, (affect/emotion, enjoyment/fun, aesthetics/appeal, hedonic quality, engagement/flow, motivation, enchantent and frustration[497]) pour démontrer le manque de classification ou lexique cohérente dans ce champ de recherche. Les cadres présentés dans ce

---

[494] Crilly, Moultrie & Clarkson, 2004, p4, citant Shannon, 1948, Mathematical Theory of Communication

[495] Peter Wright & John McCarthy, *Technology as Experience*, MIT Press, Cambridge MA, London UK 2004, Peter Wright, Jayne Wallace & John McCarthy, Aesthetics and Experience-Centred Design, ACM Transactions on Computer-Human Interaction, Vol. 15, No. 4, Article 18, Publication date: November 2008.

[496] Kerstin Bongard-Blanchy, Carole Bouchard. Dimensions of User Experience - from the Product Design Perspective. Journal d'Interaction Personne-Systeme (JIPS), AFIHM, 2014, 3 (1), citant ISO 9241-210 "a person's perceptions and responses that result from the use or anticipated use of a product, system or service"

[497] *ibid*, citant Bargas-Avila et Hornbaek, 2011

chapitre ont en commun la volonté de regarder cette interaction de façon holistique et non en termes de dimensions individuelles. Ils s'appuient sur l'importance de l'émotion/l'affect. Ces regards sur l'interaction vont de la relation quotidienne avec les objets, le UX design et jusqu'à la réponse (immédiate) face à un produit mais soulèvent, finalement, beaucoup de points communs.

Trois niveaux de traitement

Le modèle établi par Donald Norman (Norman, 2004, p22) divise le traitement par le cerveau humain de l'environnement et plus précisément les objets quotidiens, en trois niveaux. Ces trois niveaux de traitement (*processing*) sont 1) le niveau viscéral: le niveau "automatique" et "pre-cablé" capable de faire des jugements rapides de bien ou mal, surs ou dangereux, 2) le niveau comportemental (*behavioural*): le contrôle des comportements quotidiens, le plaisir et l'efficacité de l'utilisation, et 3) le niveau réflectif: le niveau contemplatif avec un rôle de rationalisation et d'intellectualisation.[498] Norman compare ces trois niveaux avec le modèle établi par Jordan sur les plaisirs associés aux produits. Selon Norman le physio-plaisir correspondrait au niveau viscéral, le psycho-plaisir au niveau comportemental, le socio-plaisir au comportemental et réflexif, et l'idéo-plaisir au niveau purement réflexif. Pour décrire de façon simplifiée comment ces niveaux peuvent correspondre aux qualités [de l'interaction avec] des produits, Norman associe le niveau viscéral avec l'apparence, le niveau comportemental avec le plaisir et l'efficacité de l'utilisation et le niveau réflexif avec l'image de soi, la satisfaction personnelle et les souvenirs.[499] Le principe de Norman est que notre réaction à tout objet va comporter ces trois niveaux ou composants et que ces trois composants mélangent émotion et cognition.[500] Son approche est de considérer que les émotions sont une partie inséparable et nécessaire de la cognition.

---

[498] Norman, 2004, p5 - p22

[499] ibid, p39

[500] ibid, p6

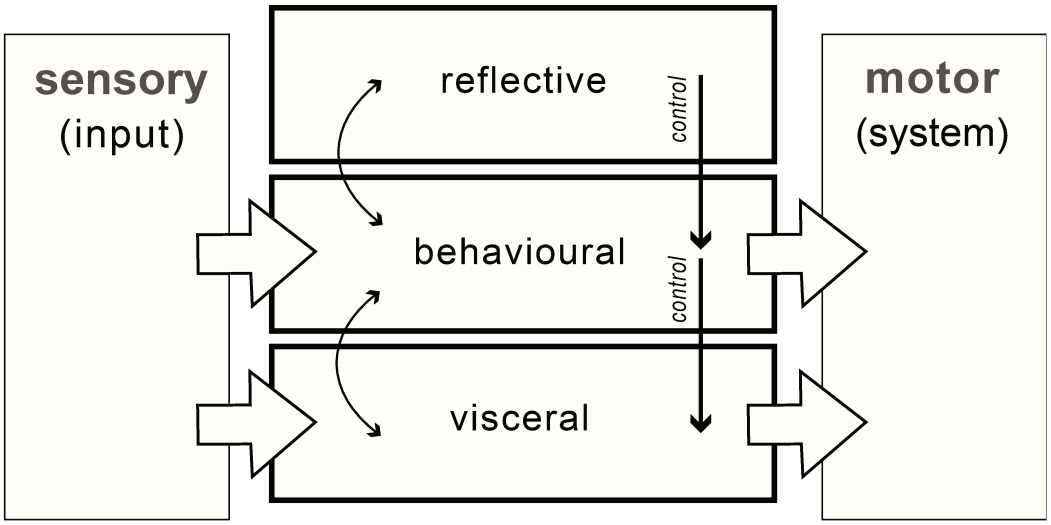


Figure 2,8 *Trois niveaux de traitement, adapté de la figure de Norman, 2004, et Norman et al. 2003*

Une discussion du modèle de Norman[501] utilise aussi les termes *réactif, routine* et *réflexif* pour parler des trois niveaux. Le *réactif* concernerait des réponses biologiquement déterminées avec des simples réactions affectives de valeur positive ou négative sans expérience d'émotion. Le nom *routine* viendrait du fait de traiter l'exécution de comportements et actions routiniers, bien appris, au niveau d'émotions primitives sans interprétation ni élaboration. Le *réflexif* contiendrait les processus cognitifs de haut niveau et serait donc capable d'élaborer des émotions de façon consciente et donc serait responsable des expériences émotionnelles riches. Effectivement pour Norman les deux premiers niveaux sont inconscients. Le niveau supérieur est conscient et contient les plus hauts niveaux de "*feeling, emotions and cognition*". C'est à ce niveaux que se trouve l'impact complet de l'expérience de pensées et d'émotions (Norman, 2004, p38).

Le modèle de Norman illustre par des flèches les interactions entre les niveaux et utilise ce modèle pour expliquer un traitement "top-down" d'une activité contrôlée et initiée par le niveau le plus élevé d'une part et, d'autre part, un traitement "bottom-up" pour une activité initiée par le niveau viscéral d'interprétations sensorielles. Norman parle de "*driven by thought*" et "*driven by perception"* pour simplifier ces deux notions. Le modèle de Norman ne détaille pas cette "perception" si ce n'est en illustrant par des flèches d'entrée sensorielle au niveau viscéral et au niveau comportemental. Ces capteurs physiologiques utilisés par des humains pour percevoir leur environnement peuvent être classifiés en extéroceptifs, proprioceptifs, intéroceptifs, et la

[501] Desmet, 2008, citant Norman, 2004 et Ortony, Norman & Revelle 2005, p388

chronoception. Les sensors extéroceptifs sont nos sens utilisés pour capter les stimuli externes au corps, y compris les sensors "somesthésiques" par exemple de thermo réception ou de réception de douleurs (nociception). La proprioception concerne l'information issue de l'orientation spatiale du corps (équilibre, position relative des membres, mouvement) et l'intéroception concerne les stimuli produits à l'intérieur de l'organisme. La chronoception concerne les capacités: limitées, subjectives et variables[502], des humains pour ressentir le temps et la durée.[503]

Tout en signalant la contribution importante du modèle de Norman en clarifiant pourquoi et comment les produits génèrent des réactions émotionnelles, Desmet (2008) critique la notion d'un type diffèrent de phénomène affectif associé à chaque niveau de traitement, viscéral/réactif - affect simple, comportemental/routine - émotions primitives et réflexives - émotions complexes. Norman décrit le système affectif comme étant le lieu de jugements rapides (Norman, 2004, p11). Ce qui semble favoriser l'interprétation de Desmet. Mais Norman écrit que l'affect est le terme général pour le système de jugement, que cela soit conscient ou inconscient. En décrivant son modèle, il signale clairement que seul le niveau de réflexion est conscient. De ce fait, il est difficile de délimiter clairement la place de l'affect dans le modèle de Norman.

L'appraisal dans chaque niveau de traitement et core affect

Le modèle de Desmet et Hekkert considère qu'il y a un jugement ou une évaluation (ils utilisent le mot d'*appraisal* pour signifier un processus non-intellectuel et automatique, inconscient et non-délibéré)[504] à chaque niveau de traitement. Ils parlent de la gamme complète d'affects générés par interaction entre utilisateur et produit. Comme Norman, ils parlent de trois *niveaux*, même si leur modèle place l'expérience sensorielle (nommée *aesthetic experience*) et l'expérience d'interprétation (*experience of meaning*) au même niveau et avant l'expérience émotionnelle. Pour faire une comparaison forcément un peu réductrice, avec le modèle précédent, on voit que les trois niveaux de Norman en deviennent deux (il n'y a pas un équivalent du niveau routine/comportemental) et que, d'autre part, l'expérience émotionnelle est graphiquement symbolisée comme composant ou niveau.

---

[502] Bongard-Blanchy & Bouchard, 2014, citant Tangient, 2013

[503] ibid

[504] Desmet, 2008, p389 citant Arnold, 1960, Emotion and personality, vol 1

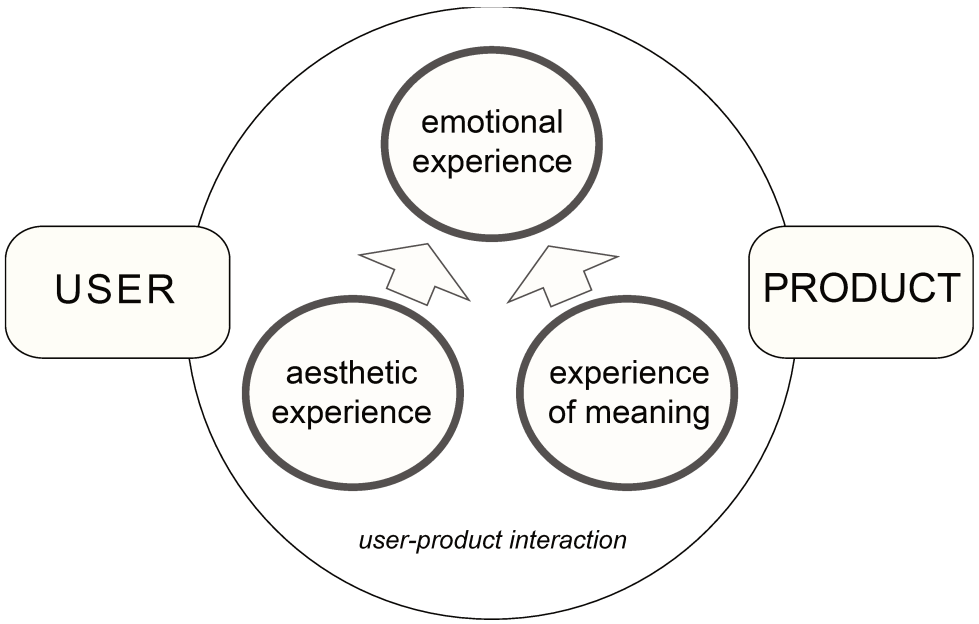


Figure 2,9 *Modèle cadre de l'expérience avec des produits, d'après Desmet & Hekkert 2007*

Le modèle d' "*appraisal*" est présenté dans Desmet et Hekkert (2007) pour approfondir la relation entre les niveaux d'émotion et de "*meaning*" dans l'expérience. Ce modèle est basé sur les théories d'*appraisal* de la fin du 20e siècle[505], où les émotions sont fondamentalement adaptives et offrent une réponse flexible. Pour survivre, l'organisme doit non seulement comprendre une situation mais être motivé pour agir. Les émotions permettront une flexibilité dans l'interprétation des événements (Ellsworth & Scherer, 2003) en évaluant le bénéfice ou le danger pour l'organisme et/ou pour le bien-être. Toute réponse émotionnelle repose sur trois variables universelles clés; *concern, stimulus et appraisal* (Desmet, 2008).

Les *concerns* sont les dispositions que la personne apporte au processus émotionnel d'interaction. Ce sont ses attitudes, ses buts, ses échelles de valeur (*standards*), ses besoins, ses instincts[506] mais, pour la démonstration, Desmet retient seulement les trois premiers. Le produit/ stimulus est divisé en trois niveaux: produit, usage et conséquence. Le premier niveau concernerait l'expérience sensorielle, le deuxième niveau l'expérience gestuelle/d'opération et le troisième niveau la réflexion sur les conséquences. Sur le niveau des attitudes (ou *affect dispositions*) il peut y avoir une évaluation intrinsèque de plaisir/déplaisir. Sur le niveau des buts

[505] Desmet, 2008 cite Lazarus 1991, Frijda, 1986, Ortony et al 1988, Scherer 2001

[506] ibid, p390

(*goals*) il y a une évaluation par rapport aux motifs (immédiats et fonctionnels/instrumentaux comme plus abstraits et aspirationnels). Et sur le niveau des "standards" il y a une évaluation

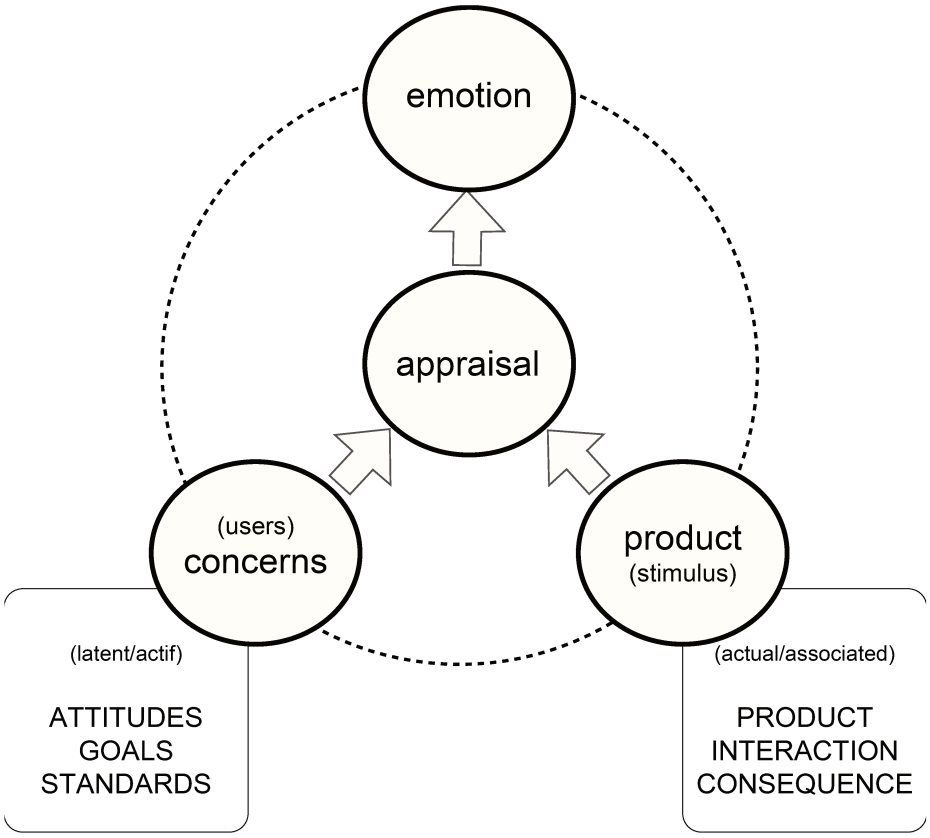


Figure 2,10 *Modèle d'appraisal, adapté de Desmet 2008, Product Emotions*

par rapport à nos croyances, conventions sociales qui sont centrales pour les émotions autoréflexives *(self reflexive*).[507] Dans le modèle de "*product emotions*" basé sur l'*appraisal* mais adapté aux émotions avec les produits de Desmet, il y a presque une combinaison de la notion des besoins du chapitre précédent et des trois niveaux de traitement de Norman. A la différence de Norman, Desmet démontre qu'à chaque croisement de stimuli et de "concern" il peut y avoir une évaluation qui va générer une émotion.[508]

L'association du modèle d'*appraisal* et du modèle de *product experience* apporte une complexité supplémentaire par rapport au modèle de Norman. Elle a toutefois l'avantage de détailler l'expérience de sens (*meaning*) avec ce que la personne va apporter en amont de

---

[507] ibid, p394

[508] ibid, 392, pour une représentation du croisement des trois concerns par trois niveaux de stimuli, pour générer neuf sources d'émotion avec des produits.

l'interaction. Elle propose aussi de mettre en évidence une étape d'évaluation précédant l'émotion.

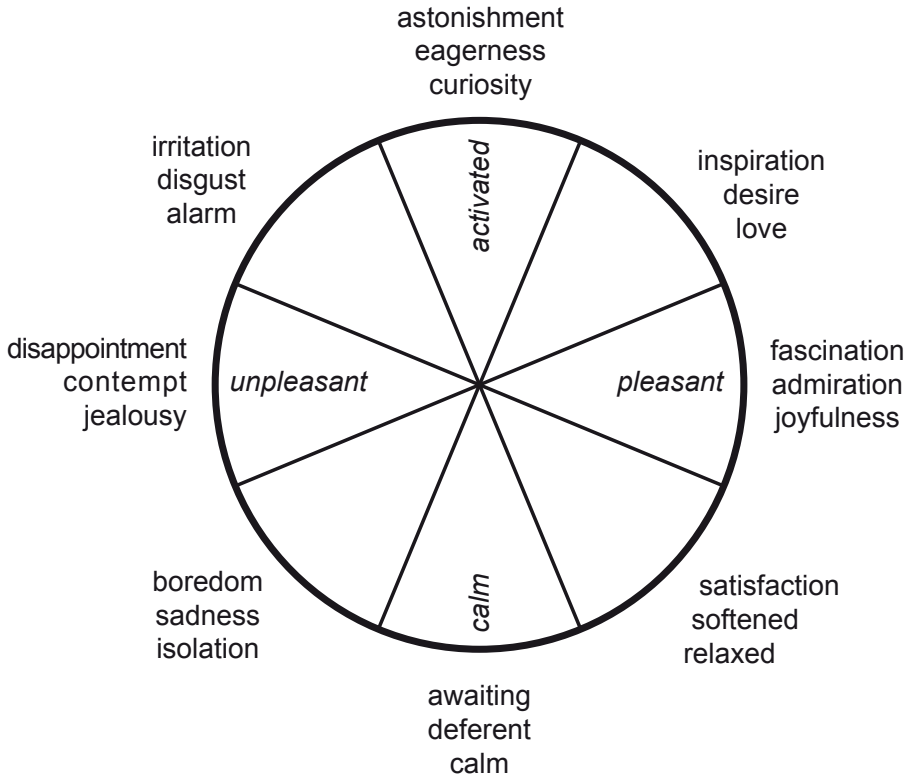


Figure 2,11 *Modèle de "Core Affect" adapté de Desmet & Hekkert, 2007 d'après Russell 1980*

La dernière théorie présentée par Desmet et Hekkert (2007) pour construire leur cadre est celui de "core affect". Le "*core affect*" comme concept[509] serait la combinaison de la dimension affective bipolaire de plaisant à déplaisant avec la dimension de stimulation (*arousal*) également bipolaire entre calme et activé. Cet état affectif de base ferait partie constante de notre expérience de tous les jours. Desmet & Hekkert proposent de définir l'expérience des produits (*product experience*) comme "*a change in core affect that is attributed to human-product interaction*". La prise en compte des deux dimensions constituantes du *core affect* permettrait de décrire les différentes expériences, courtes ou longues, intenses ou modérées.

Un modèle détaillé des réponses cognitives, affectives et comportementales

Le cadre conceptuel proposé par Crilly et al. (figure 2,12) tente de représenter de façon détaillée la réponse du consommateur au (domaine visuel du) produit. Leur modèle sépare ce qu'ils appellent la réponse cognitive de la réponse affective et de la réponse comportementale. Ils

[509] Desmet & Hekkert, 2007, citant Russell, 2003

signalent toutefois que la séparation de cognition et d'affect est un choix de convenance et, qu'en réalité, il y a une interdépendance considérable entre les deux. Ils définissent la réponse cognitive comme l'ensemble des jugements que l'utilisateur ou consommateur fait sur le produit basé sur l'information perçue par les sens (Crilly et al, 2004, p6). Si ce modèle sépare la réponse cognitive de la réponse affective, il faut noter que les qualifiants dans cette réponse affective sont des réponses dites "émotionnelles". Les auteurs considèrent que le mot "affect" est un terme recouvrant les émotions, les humeurs et les ressentis, ce qui représente une difference importante avec la terminologie de Norman et aussi de Desmet & Hekkert.

Les trois catégories de réponses "cognitives" dans leur modèle s'alignent avec celles de Norman: *Aesthetic Impression* pour le niveau viscéral, *Semantic Interpretation* pour le niveau comportemental et *Symbolic Association* pour le niveau de réflexion. En utilisant les mots "impression, interprétation et association" pour qualifier chaque niveau, les auteurs signalent qu'il s'agit d'aspects de réponse cognitive et non de qualités objectales. Ils précisent aussi, et leur modèle graphique tente de le représenter, que ces aspects de réponses sont le résultat de perception de stimuli tangibles *et* de connaissances existantes (dans le modèle de Desmet, le niveau d'association contemporaine).

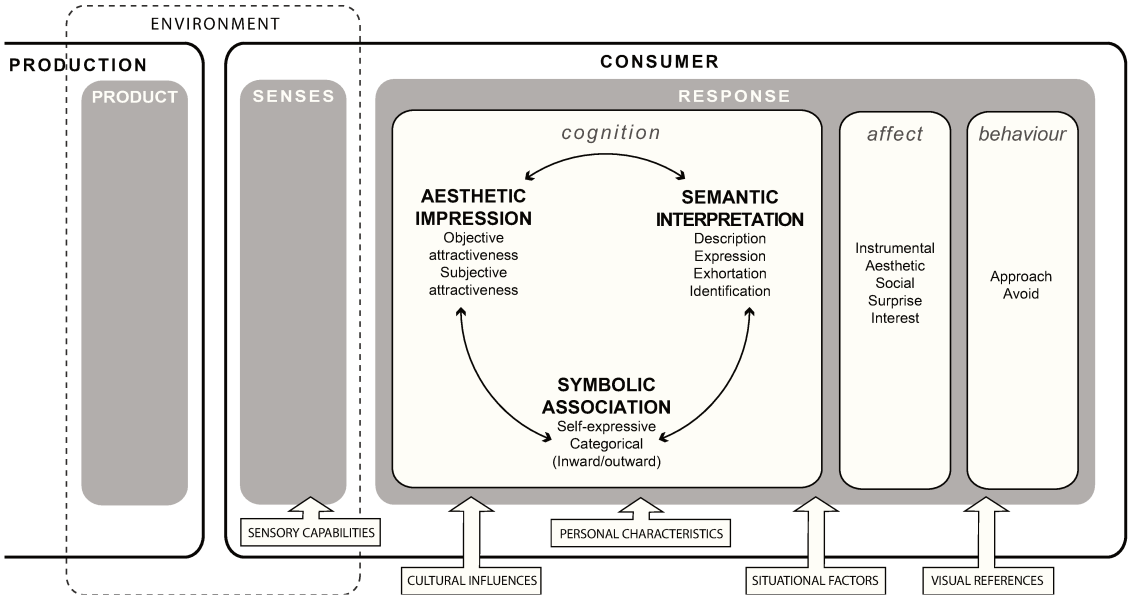


Figure 2,12 *Adaptation du modèle cadre de réponse consommateur au domaine visuel en design produit, Crilly, Moultrie et Clarkson, 2004*

Le modèle de Crilly et al. représente les trois catégories de réponse sur un même niveau et en interaction les unes avec les autres. Ils s'approchent, dans ce sens, du modèle de Desmet et

Hekkert. Comme dans ce modèle, la catégorie "viscérale", ou d'attractivité intrinsèque[510] devient le domaine "esthétique". Pour détailler ce niveau de perception de l'objet "*pleasurable in itself*", Crilly et al. proposent une division entre l'attractivité objective et l'attractivité subjective. L'attractivité objective reposerait sur des principes inclus par exemple dans ceux du Gestalt; de similarité, de continuation, de symétrie, de proximité, de contraste, de répétition, d'interprétation efficace, des qualités qui nous permettent de voir des relations entre les choses et de créer de l'ordre.[511] L'attractivité subjective couvre les expériences subjectives des consommateurs qui vont modifier les impressions ou les jugements esthétiques sur par exemple les notions de typicalité / commonalité, de nouveauté et de familiarité.

La catégorie d'interprétation sémantique dans la réponse cognitive concerne l'évaluation de l'utilité apparente du produit et ses qualités perçues, donc ce que le produit semble communiquer sur lui-même. Les auteurs excluent de cette catégorie tout élément en lien avec l'identité de la personne. Ils listent quatre fonctions sémantiques que l'apparence visuelle du produit peut communiquer. La *description* concerne l'expression du mode d'opération ou utilisation et peut contenir les notions d'*affordances*[512] et de contraintes. L'*expression* concerne les qualités physiques influençant la façon de traiter l'objet comme la densité, la fragilité ou la stabilité. L'*exhortation* se réfère aux demandes ou ordres contenus dans l'objet comme des voyants clignotants, par exemple. L'*identification* aide l'utilisateur à classifier le produit en termes de catégorie, origine, fabricant etc. Même si ces fonctions sémantiques décrivent les phénomènes de perception visuelle, il semble relativement aisé de les appliquer aussi au toucher, à l'audition et à la proprioception.

Pour étayer la dernière catégorie de réponse, le modèle de Crilly et al. évoque le fait que les produits sont des outils de communication d'identité vers soi-même et vers les autres. Les qualités symboliques associées aux produits pouvant être *self-expressive* et/ou *categorical*[513]. Ces deux notions couvrent l'expression de l'identité unique de la personne et l'expression d'appartenance/intégration au groupe, à un niveau social ou statut.

Le modèle détaillé par Crilly et al. illustre que ces trois aspects de réponse ne s'opèrent pas de façon indépendante. Ils sont, en fait, très liés et chacun influence les autres. Les auteurs

---

[510] Crilly et al, citant Baxter, M, 1995. *Product Design: A practical guide to systematic methods of new product development*. Chapman & Hall, London, UK

[511] Paul Hekkert & Helmut Leder, Product aesthetics, *in Product Experience*, (eds Schifferstein & Hekkert), 2008, p259 - 286

[512] Crilly et al, citant l'appellation créée par Gibson J.J. *The Senses Considered as Perceptual Systems*, Allen & Unwin, London, (1968) et reprise par Norman (1988) - les propriétés perçues d'une chose qui déterminent comment elle peut être utilisée.

[513] ibid, citant une division proposé par Dittmar, H. *The social psychology of material possessions: to have is to be*, St Martin's Press, New York, 1992

proposent que presque tout produit va générer les trois réponses, avec des variations d'importance selon le contexte, la motivation ou le type de produit. Sans réellement proposer une hiérarchie, les auteurs suggèrent que la réponse symbolique a le potentiel de dominer les deux autres catégories.[514]

Par rapport aux modèles précédents, le modèle de Crilly et al. offre l'intérêt de détailler les catégories de réponses cognitives mais aussi de montrer qu'ils vont s'influencer, se modifier ou se renforcer mutuellement. L'illustration de ce qui peut modérer ces réponses chez le consommateur ou dans le contexte de consommation[515] est une contribution importante par rapport aux modèles précédents.

L'intégration du contexte dans un modèle de l'expérience des technologies

Le cadre proposé par Wright, Wallace & McCarthy (2008) est plus récent et s'adresse au design de l'expérience de l'interaction homme-ordinateur. Comme celui de Crilly et al., ce cadre exprime la notion de contexte, en proposant de considérer la personne, l'objet et le contexte comme de multiples centres de valeur. L'expérience d'un objet serait toujours complétée par le dialogue entre ces centres de valeur. En dehors de ce premier thème, Wright, Wallace & McCarthy proposent de considérer les interactions avec la technologie ou les objets technologiques de façon continue, où, systématiquement, le soi est déjà engagé dans une expérience. Le troisième thème de leur cadre est une variante des trois niveaux ou catégories présents dans les modèles de Norman ou de Crilly et al.. Ces trois niveaux sont ici visualisés comme un continuum, entremêlés avec un quatrième fil (*thread*) spatio-temporel.

---

[514] Crilly et al, citant des références à priori proche du design et marketing, dont; Baxter, 1995, Schroeder, J. Visual consumption, Routledge, London, 2002,

[515] ce modèle se situe dans le contexte d'aider les designers à mieux réfléchir l'apparence visuel de leurs produits en termes de réponse consommateur et donc de succès du produit.

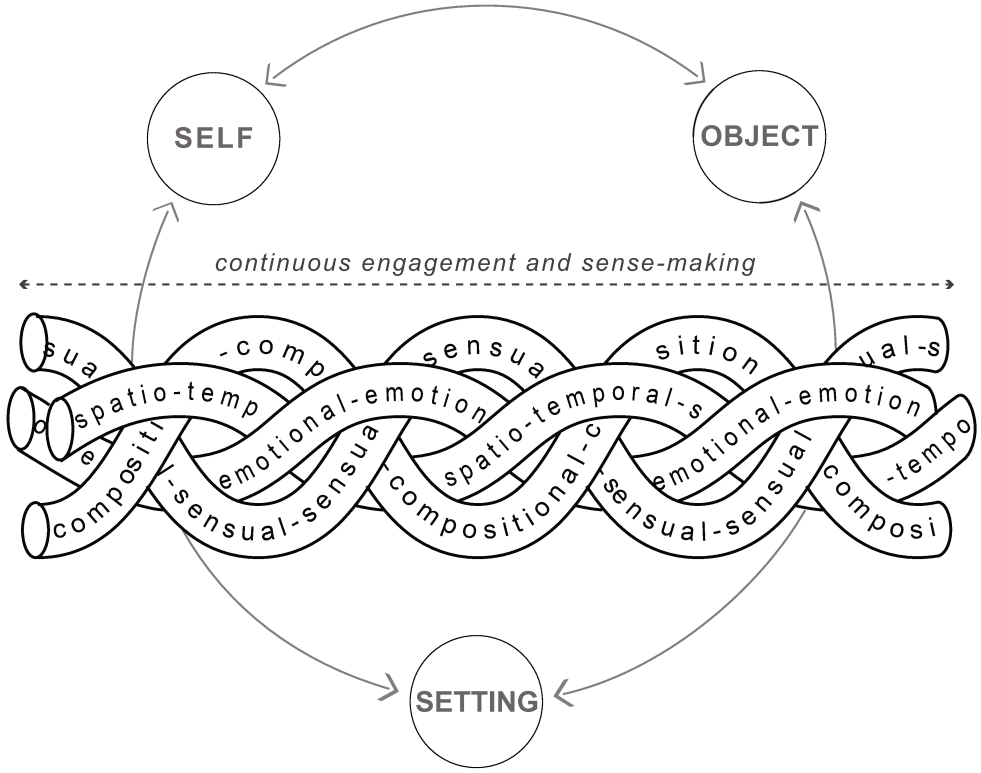


Figure 2,13 *Interprétation du modèle des "four threads of experience" et les trois thèmes pour comprendre les interactions avec la technologie, de Wright et al. 2008*

L'ensemble de thèmes et d'idées ont comme but d'aider à penser plus clairement et de façon plus sensible la notion de technologie en tant qu'expérience.[516] Wright et al. basent leur approche sur la notion de "*felt life*". Nos vies quotidiennes sont considérées comme des expériences vécues et ressenties mais aussi comme des expériences esthétiques avec une qualité particulière, qu'ils décrivent;

> *In aesthetic experience, the lively integration of means and ends, meaning and movement, involving all our sensory and intellectual faculties is emotionally satisfying and fulfilling. Each act relates meaningfully to the total action and is felt by the experiencer to have a unity or a wholeness that is fulfilling.*[517]

Comme nous avons mentionné plus haut, ces auteurs se réfèrent beaucoup à l'esthétique pragmatiste de Dewey pour la notion d'expérience et pour le rôle de l'émotion dans l'expérience:

---

[516] Wright & McCarthy, 2004, p79 - 80

[517] *ibid*, p58

> *"Emotion is the moving and cementing force. It selects what is congruous and dyes what is selected with its color, thereby giving qualitative unity to materials externally disparate and dissimilar. It thus provides unity in and through the varied parts of experience."*[518]

Ils proposent de conceptualiser l'expérience de façon holistique en l'imaginant comme quatre fils (*threads*) entremêlés[519]; le sensuel, l'émotionnel, le compositionnel et le spatio-temporel. L'image des fils entremêlés formant une tresse (*a braid*) correspond bien à leur façon d'imaginer l'expérience dans un contexte d'engagement et de construction de sens continus.

Le fil émotionnel du modèle correspondrait au niveau d'association symbolique de Crilly et al.. La qualité émotionnelle d'une expérience [serait] un processus de compréhension ou de création de sens attribuée à un objet.[520] Plutôt que de montrer l'émotion comme résultat de tout processus de traitement cognitif et de jugement [affectif], le modèle suggère une interaction (*interplay*) constante entre les "fils".

Wright et McCarthy insistent sur l'aspect incarné (embodied) du composant sensuel. Ils utilisent l'exemple, très tangible, d'enfants plongés dans un jeu vidéo, recourbés, en concentration intense, fixés, avec une disparition des barrières entre soi et l'objet (Wright & McCarthy, p 82).

Les exemples pour illustrer leur *Compositional thread*, l'équivalent de la réponse d'interprétation sémantique (Crilly et al), *experience of meaning* (Hekkert & Desmet) ou de niveau comportemental (Norman, 2004) sont également très tangibles. Ils suggèrent que ce niveau est caractérisé par des interrogations comme;"*what is this about? What has happened? Where am I? How do these things go together? What will happen next?*… Elles concernent donc les relations entre les parties et l'ensemble de l'expérience (Wright & McCarthy, p87-88). Cette vision est plus large mais peut compléter les notions de description, d'expression, d'exhortation et d'identification notées ci-dessus, donnant un sens d'encadrement[521] de l'expérience. Wright et McCarthy comparent ces trois composants ou fils avec les classifications de réponses des spectateurs aux films proposées par Boorstin[522]. *Voyeuristic* serait leur "compositional", étant à l'extérieur de l'action/intrigue; *vicarious* correspondrait à leur niveau "émotionnel" et concernerait aussi le social; *visceral* serait l'équivalent de leur niveau "sensuel", ce qui donne

---

[518] *ibid*, citant Dewey, Art as Experience, 1934, p42

[519] Hekkert, 2006, utilise aussi le terme "*intertwined*" (entremêlé) pour décrire la relation entre ses trois elements constitutifs d'une expérience (aesthetic, understanding and emotional).

[520] *ibid*, p87

[521] *ibid*, p89, Wright et McCarthy utilise l'expression a framing experience, commençant à apporter structure et sens.

[522] Jon Boorstin, *Making Movies Work: Thinking Like a Filmmaker*, Salaman James Press, Los Angeles, CA, 1990

une sorte d'échelle de proximité aux trois niveaux. Il est important de noter que dans une comparaison avec les niveaux de Boorstin, Norman[523] fait correspondre le *vicarious* avec son niveau comportemental et le *voyeuristic* avec son niveau de réflexion, ce qui semble confirmer la position de Desmet & Hekkert où ces deux niveaux sont regroupés, ou encore la position de Crilly et al. signalant que les frontières entre ces niveaux sont difficiles à établir.

Le dernier fil "spatio-temporel" de leur modèle sert à rappeler que l'expérience concerne une personne en particulier dans une situation particulière à un moment particulier. Aucune expérience ne pouvant être totalement identique à une autre.[524]

La présentation ci-dessus des approches basées sur le traitement cognitif des produits tente de montrer les points de concordance entre ces différents modèles, tout en soulevant certaines ambiguïtés. Pour conclure ce chapitre, les points importants pour notre sujet mais nécessitant une clarification vont être discutés.

Le rôle de l'émotion

Les émotions et l'affect sont au cœur de la plupart des théories présentées. Le travail du neuroscientifique Antonio Damasio est cité par Norman pour confirmer le rôle essentiel de l'affect et de l'émotion dans les prises de décisions quotidiennes (Norman, 2004, p12). Damasio écrit que l'émotion est omniprésente dans notre développement et qu'elle connecte, dans notre expérience quotidienne, presque chaque objet ou situation de cette expérience aux valeurs fondamentales de la régulation homéostatique. Une conséquence importante de cette omniprésence des émotions est que chaque image, perçue ou rappelée s'accompagne d'une réaction des appareils de l'émotion.[525] Des réponses émotionnelles sont attachées aux objets en particulier quand l'organisme les traite directement avec l'appareil sensoriel ou quand l'organisme se remémore les objets ou les situations et les représente en tant qu'images, sans que la personne soit forcément consciente de ce [marquage] émotionnel. Si les théories présentées dans ce chapitre semblent se concentrer plus sur les inducteurs primaires d'émotion[526] (directs) les inducteurs secondaires (indirects, rappelés) semblent très importants pour la question des relations plus pérennes.

---

[523] Norman, 2004, p123 - 129

[524] Wright, Wallace & McCarthy, 2008

[525] Antonio Damasio, *The Feeling of What Happens: body, emotion and the making of consciousness*, Vintage, Random House, London, 2000, p56 - 58

[526] Antoine Bechara & Antonio Damasio, The somatic marker hypothesis: A neural theory of economic decision. *in* Games and Economic Behavior, vol 52, 2005, p340, les auteurs utilisent le terme état somatique plutôt qu'émotion dans leur évocation des inducteurs primaires et secondaires, "états somatiques = la collection de réponses liées au corps qui signalent une émotion"

Damasio (2000, p51) signale que le mot émotion peut avoir un spectre large, pouvant couvrir les émotions primaires ou universelles (joie, tristesse, peur, colère, surprise ou dégoût), d'autres comportements comme les émotions secondaires/émotions sociales (gêne, jalousie, honte ou fierté), ce qu'il appelle les "*background emotions*" (bien-être ou malaise, calme ou tension) ou encore des "*drives and motivations and… states of pain and pleasure*". L'émotion pour Damasio est la collection de changements de la physiologie de la personne (pression sanguine, tonicité des muscles, apparence faciale) qui peut être déclenchée et exécutée sans que l'individu en soit (forcément) conscient.[527] Cette définition est très loin de celle par exemple de Norman où "*emotion is the conscious experience of affect, complete with attribution of its cause and identification of its object*." (Norman, 2004, p11)

Termes et concepts équivoques dans les modèles de traitement

Il faut probablement aussi se méfier du mot « affect », mot valise pour décrire les émotions, humeurs et ressentis (Crilly et al, 2004); terme général pour le système de jugement, conscient ou inconscient (Norman, 2004). L'affect de Norman est requalifié en "integral affect" - la réponse affective positive attribuée au produit présent (Hassenzahl, 2008). L' *Attributed affect*, dont les émotions utilitaires et les émotions esthétiques sont proposées en sous-catégories,[528] fait partie d'un classement de différents types d'affects impliqués dans les interactions avec les produits. Bongard-Blanchy et Bouchard citent aussi comme affects : le *core affect* (voir modèle de Desmet et Hekkert ci-dessus); les préférences; les concernes/valeurs et les dispositions affectives (des traits stables de personnalité générant des émotions et comportements face à certains objets ou situations).

La place du traitement affectif par rapport au traitement cognitif diffère dans les modèles présentés. Sans utiliser le terme affectif, Desmet évoque un *intrinsic pleasantness check* par rapport aux *affect dispositions* à tout niveau capable de générer des émotions. Norman attribue le mot affectif au traitement des deux niveaux inférieurs de son modèle, sans interprétation ou conscience (Norman, 2004, p38). D'autres modèles considèrent ces traitements en parallèle[529] dans toute interaction. Cette vision peut se comparer au modèle de Leder et al.[530] d'expérience

---

[527] Terence Love, Design and Sense: Implications of Damasio's Neurological Findings for Design Theory, *in* Proceedings of Science and Technology of Design, Senses and Sensibility in Technology - Linking Tradition to Innovation through Design, 25-26 September 2003. Lisbon, Portugal: IADE. 2003

[528] Bongard-Blanchy et Bouchard, 2014

[529] Crilly et al, Wright & McCarthy

[530] Helmut Leder, Benno Belke, Andries Oeberst & Dorothee Augustin, A model of aesthetic appreciation and aesthetic judgements, British Journal of Psychology, 95, p489 - 508, 2004

esthétique ou les deux processus sont des lignes parallèles agissant ensemble pour ensuite produire une évaluation puis un jugement esthétique (issu d'une évaluation de maîtrise cognitive) et une émotion esthétique (un sous-produit (*by-product*) des étapes de traitement).

Norman signale clairement que le traitement affectif est égal au traitement inconscient et se situe dans les niveaux viscéraux et comportementaux. Chez les autres auteurs la nature consciente ou inconsciente des traitements est moins précisée. Desmet précise simplement que le processus d'*appraisal* précédant toute émotion est automatique plutôt que conscient (Desmet, 2008, p389-390).

La notion de hiérarchie ou importance relative des différents niveaux de traitement est un autre point abordé différemment dans les modèles présentés. Norman avance que le niveau de réflexion va déterminer l'impression globale d'une personne pour un produit et son impact (Norman, 2004, p88), un point confirmé aussi par Crilly et al.(2004, p18) . Il peut être utile de noter que le niveau de réflexion de Norman est aussi le niveau de l'image de soi, de la satisfaction personnelle. Ceci correspond aussi aux définitions de Crilly et al. du niveau d'association symbolique comme étant concerné par les questions d'identité.

Plutôt qu'une hiérarchie ou une importance relative, il y a beaucoup plus de concordance pour confirmer la présence de l'ensemble des niveaux dans toute expérience positive avec un produit. Des travaux plus récents sur la nature incarnée (embodied) des relations avec les objets confirment également les trois niveaux.[531] Le modèle de Wright et al. soutient aussi l'importance de l'ensemble du corps dans la génération des expériences.

Les notions d'attractivité, de beauté et l'emploi du terme "esthétique" constituent un autre point qui semble instable dans les documents cités. Norman signale que l'attractivité est un phénomène du niveau viscéral mais que la *beauté* vient du niveau de réflexion (Norman, 2004, p87). L'utilisation du mot esthétique dans le modèle de Desmet & Hekkert correspond à peu près à l'évocation d'un phénomène viscéral de Norman, le plaisir résultant de la perception sensorielle[532], mais les auteurs emploient plus les notions de plaisir/déplaisir que de "beauté" ou d'attractivité. Une définition restreinte où l'esthétique est réduite à l'attractivité physique (et surtout visuelle) a l'avantage d'être très proche de l'utilisation courante (non-académique) et devient synonyme de beauté.[533] Hassenzahl remarque que le jugement esthétique ainsi défini est

---

[531] Thomas Van Rompay & Geke Ludden, Types of embodiment in design: The embodied foundations of meaning and affect in product design. International Journal of Design, 9(1), 1-11. 2015, les auteurs utilisent les mots affect, behaviour et cognition pour designer les trois notions qu'ils comparent également avec les composants d'expérience de Dewey

[532] voir aussi Hekkert, 2006

[533] Hassenzahl, 2008, in Product Experience, p288 - 291

très utile en Design d'Interaction: il restreint le champ d'étude et a été moins exploré dans cette discipline[534]. Crilly et al. utilisent le terme de *l'impression esthétique* pour une forme de réponse cognitive qui traite l'attractivité objective et subjective. Ce qui est proche mais pas identique à la position de Hassenzahl. L'utilisation du mot esthétique dans le modèle de Wright et al correspond à une expérience particulière dans l'interaction entre l'utilisateur, le contexte, la culture et l'histoire et n'est pas une propriété de l'artefact ou de l'observateur. Le mot esthétique ne semble pas forcement utile à garder pour décrire un des niveaux de traitement au vu de la variété et de l'étendue de phénomènes qu'il couvre dans la littérature citée ici. Par ailleurs, il semble important de garder une définition qui ne donne pas trop d'importance au traitement sensoriel visuel par rapport aux autres "sensors".

La temporalité dans les expériences d'interaction aux produits

La citation du début de ce chapitre parle d'une plaisanterie lente (*a slow pun*). Il y a une notion de temps. Une expérience prolongée ou répétée a généré une réaction et nous pouvons comprendre que l'interaction avec l'objet va faire évoluer cette réaction et cette relation. La notion du temps, d'expérience répétée ou de relations plus pérennes est évoquée dans le contexte des cadres présentés ici, mais de façon un peu ambigue.

Pour encourager un regard élargi en UX (*User Experience*) design, Wright et al. s'appuient sur Dewey, pour qui l'expérience est; "… *double barrelled in that it recognises in its primary integrity no division between act and material, subject and object, but contains both in an unanalysed totality*".[535] L'expérience comme "*unanalysed totality*" - une interrelation dynamique des personnes avec leur environnement en changement continuel (Wright et al. p18:4) semble adaptée aux relations plus prolongées avec les objets. L'expérience ne serait pas confinée à ce qui se passe entre le début et la fin mais serait connectée aux circonstances et l'histoire avec "*continuous interplay between past, present and future, each shaping and renewing the others*"[536]. D'autres citations de Dewey par Wright & McCarthy évoquent, toutefois, l'expérience comme une unité finie. "*In order for an experience to be complete it must be possible to differentiate it from other experiences - to see it as unique*"[537] et d'avoir une unité

---

[534] ibid, p289, pour Hassenzahl, cela permet de différencier l'esthétique (*perceived visual attractiveness* ou beauté) de "*overall appeal*" ou "*goodness*" et devient un aspect de qualité à part qui peut être évalué, et dont l'importance n'est pas négligeable.

[535] Wright et al, 2008, citant Dewey, 1925, p10-11

[536] Wright & McCarthy, p104

[537] Wright & McCarthy, citant Dewey, 1934, p35

émotionnelle.[538] Tout en restant dans l'expérience de tous les jours[539] en tant que mot, l'expérience a l'avantage mais aussi le défaut de pouvoir suggérer un moment banal comme un moment important, un moment fini dans le temps, comme quelque chose de continu. Bongard-Blanchy et Bouchard citent trois catégorisations temporelles de l'expérience en design UX; le *micro* (une heure d'usage), le *meso* (quelques semaines d'usage) et le *macro* (des années d'usage) ou encore une division en quatre types d'expérience (avec un produit); l'UX anticipé (avant l'usage), l'UX momentané (pendant l'usage), l'UX épisodique, et l'UX cumulatif[540]. Les modèles du chapitre semblent avant tout traiter de l'expérience momentanée (à l'exception, au moins en termes de volonté affiché, de Norman).

La notion de temporalité est commentée à plusieurs reprises par Norman mais de façon un peu contradictoire. Le rapport à la temporalité serait un point discriminant entre les trois niveaux de traitement de Norman, les niveaux viscéraux et comportementaux concernent le "maintenant" mais le niveau de réflexion s'étend dans le temps (Norman, p38). Le "*Reflective design*" concernerait les relations à long terme, les sentiments de satisfaction issus de la possession, de l'exposition et de l'utilisation d'un produit et serait en lien avec l'identité de soi. En même temps, Norman explique qu'un bon design viscéral va toujours rester attrayant. Or, si un design cible le niveau sophistiqué de la réflexion, il risque de se démoder car ce niveau est sensible à la mode et serait toujours en fluctuation (Norman, p.67). Ailleurs, Norman commente le rôle important de l'histoire de l'interaction, une interaction soutenue (Norman, p.46) dans la création de sentiments émotionnels pérennes envers des objets. Cette histoire d'interaction concernerait les associations que les gens ont avec des objets et les souvenirs qu'ils évoquent mais l'apparence superficielle et l'utilité comportementale n'aurait que des rôles mineurs.

Citant une étude récente sur des utilisateurs d' iPhones entre le moment d'intention d'achat et jusqu'à quelques mois d'usage[541], Bongard-Blanchy et Bouchard évoquent trois phases dans l'expérience avec le produit. Il y aurait une phase initiale d'orientation (et de stimulation) créant une familiarité avec lui. Par la suite, il y aura une phase d'incorporation s'appuyant sur l'efficacité et facilité d'utilisation, créant une dépendance fonctionnelle, et en final, il y aura une phase d'identification avec un attachement émotionnel. Les notions d'interaction soutenue (de

---

[538] *ibid*, p102

[539] voir la définition plus haut de Hekkert & Schifferstein de "Erfahrung".

[540] Bongard-Blanchy & Bouchard, p2:9, citant Hassenzahl (2010) et Roto et al, UX White Paper: Bringing Clarity to the Concept of UX, Allemagne, 2011

[541] Bongard-Blanchy & Bouchard, citant Karapanos et al (Evangelos Karapanos, John Zimmerman, Jodi Forlizzi, and Jean-Bernard Martens, 2009. "UX over Time: An Initial Framework." *In* Conference on Human Factors in Computing Systems. Boston, Massachusetts, 2009)

Norman), ou d'histoire d'interaction (passant par la familiarisation, l'utilisation et la dépendance) semblent importantes et font partie du processus de création d'attachement.

Norman soutient en effet l'importance de l'activité avec l'objet en évoquant la notion de "*Flow*" de Csikszentmihalyi & Rochberg Halton, un état motivant, captivant et addictif où l'on devient "*engrossed and captured by the activity being performed…it is as if you and the activity were one*". Les interactions avec les objets domestiques et quotidiens permettraient des opportunités de *flow*, en engageant l'attention de l'utilisateur et serviraient également à réaffirmer leur identité[542]. Hekkert (2006, p3) note que l'attribution de sens personnels ou symboliques passe aussi par le corps et les actions corporelles.

L'expérience - ou l'interaction - éclairée par les cadres théoriques explorés ici, n'est que le démarrage ou une partie d'une relation plus longue. Les modèles de traitements cognitifs ci-dessus semblent décrire une partie des processus mis en œuvre dans une relation. Faut-il réfléchir en termes d'expériences ou d'interactions répétées? Faut-il plutôt regarder des processus d'émotions secondaires et de représentations internes?

Ce chapitre permet de soulever la nature équivoque des termes *émotion* et *affect* dans les recherches sur les expériences avec les produits. Lequel des deux est plus à même de décrire les phénomènes créant les relations plus pérennes? Cette question est soulevée mais pas encore élucidée. Sachant que la terminologie, au moins dans le cadre de la recherche en design, ne semble pas stabilisée, il semble important de tenter d'identifier et de décrire les processus plutôt que de faire un choix définitif sur des mots qui restent plurivoques.

Il est possible néanmoins de retenir la conclusion que les phénomènes affectifs et émotionnels font partie intégrale de toute interaction quotidienne avec des objets sans pour autant considérer que l'interaction soit "auto-identifiée" comme étant émotionnelle ou marquée affectivement.

Les cadres de traitement discutés dans ce chapitre montrent que, dans l'expérience avec un objet, il y a des composants sensoriels, d'attribution de sens et d'évaluation en rapport avec des "concerns" (Desmet, 2008, p389-391). Ces processus sont, en large partie, automatiques et sous/pré-conscients. Ils vont générer des émotions qui peuvent rester comme une valeur attachée à l'objet, un "marquage" qui peut être plus ou moins stable dans le temps. Il peut être utile, pour notre sujet, de mieux comprendre ce qui rend le "marquage" de départ potentiellement durable et comment ce marquage peut être consolidé et non affaibli dans le temps.

---

[542] Norman, 2004, citant Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton

2.6 Action et Utilisation

But perhaps it is only in the picture that we notice all this about the shoes. The peasant woman, on the other hand, simply wears them. If only this simple wearing were so simple. When she takes off her shoes late in the evening, in deep but healthy fatigue, and reaches out for them again in the still dim dawn, or passes them by on the day of rest, she knows all this without noticing or reflecting. The equipmental being of the equipment consists indeed in its usefulness. But this usefulness itself rests in the abundance of an essential Being of the equipment. We call it reliability. By virtue of this reliability the peasant woman is made privy to the silent call of the earth; by virtue of the reliability of the equipment she is sure of her world. World and earth exist for her, and for those who are with her in her mode of being, only thus - in the equipment. We say "only" and therewith fall into error; for the reliability of the equipment first gives to the world its security and assures to the earth the freedom of its steady thrust .[543]

Ce passage de l'Origine de l'Oeuvre d'Art de Heidegger est largement commenté dans le livre What Things Do, Philosophical Reflections on Technology, Agency and Design. Ce livre du philosophe Peter-Paul Verbeek, propose une revue historique de la philosophie de la technologie pour démontrer comment la post-phénoménologie peut s'appliquer à la pratique actuelle du design industriel des objets technologiques et le design d'objets durables (Verbeek, 2005). Peter-Paul Verbeek est professeur de philosophie de la technologie à l'université de Twente et aussi co-directeur du "DesignLab" de l'université. Sa recherche, focalisée sur la philosophie des relations humain-technologie, vise une contribution à la théorie philosophique, à la reflexion éthique et aux pratiques du design et de l'innovation[544]. Son travail se voue à chercher un lien entre la philosophie (de la technologie) et le design.

Le passage de Heidegger ci-dessus suggère, selon Verbeek, que les objets utiles et leur "*reliability*" donnent aux êtres humains un accès à l'Etre et forment le monde qui les entoure (Verbeek, 2005, p85). Il est à noter aussi que ce passage de Heidegger traite d'un objet banal et décrit la réassurance qu'il apporte, sans que son utilisateur ne le remarque et n'y réfléchisse, avec une notion de passage du temps.

Phénoménologie comme cadre pour le design des objets et relations avec eux

---

[543] Martin Heidegger, L'Origine de l'oeuvre de l'art, 1956 (traduction Albert Hofstadter, in *Poetry, Language, Thought*, Harper & Row, New York, 1971) La traduction anglaise semble plus utilisable dans notre cadre que les traductions françaises - par exemple - "solidité" pour "*reliability*" - trouvé dans une traduction, peut poser des problèmes dans notre contexte…

[544] Site internet de Verbeek, accédé au 18,02,2017; ppverbeek.nl

La phénoménologie (de Heidegger essentiellement), reprise dans le travail de Verbeek, crée la fondation[545] pour un cadre théorique (pour le design et la recherche en design) qui (re)donne de l'importance de l'action et à l'interaction dans la relation aux objets du quotidien.

Par son intégration dans le monde du vécu, la phénoménologie semble très bien placée pour créer un cadre du design des objets et des relations avec eux. Elle traite principalement la façon dont nous percevons, comprenons et agissons dans le monde qui nous entoure. La focalisation centrale se fait sur de réels phénomènes d'expérience[546], la compréhension et l'intuition des objets matériels.[547] Plutôt qu'une approche abstraite et distante, la phénoménologie cherche à décrire des choses dans un engagement proche.[548] Il est question de se "tourner vers les choses elles-mêmes". Cette approche, centrée sur le tangible et le vécu, justifie la place de la phénoménologie dans les recherches en "culture matérielle"[549] et dans le design d'interaction.[550]

Le principe de perception comme activité toujours incarnée (de Merleau-Ponty par exemple) est également très important pour le domaine du design. L'être humain peut toujours bouger, se positionner en relation avec les choses et les manipuler. La vision, le toucher et le mouvement donnent des façons particulières pour rentrer en relation avec les choses. La perception, la compréhension et la pensée ne sont pas séparées de l'action, mais passent par elle. L'interaction avec les objets comme "*embodied*" ou incarnée est un thème important dans la recherche en HCI (Interface Homme-Ordinateur) depuis la fin du 20e siècle.

Parmi les différents courants dans la phénoménologie du XXe siècle, Heidegger semble être celui qui a eu le plus d'influence sur la recherche en design. Pour Verbeek, le Heidegger de *Etre et Temps* crée une base pour une philosophie phénoménologique de la technologie en prenant le rôle de la technologie au sérieux. L'utilisation des objets technologiques ou outils sont la manière dont la réalité du monde est divulguée et prends sens pour les êtres (Verbeek, 2005, p94-95). L'objet utile est central, il est "quelque chose afin de…", il se réfère toujours à ce qu'on peut faire avec, il rend possible une pratique (Verbeek, p78).

---

[545] Verbeek considère que seulement la période d'Etre et Temps crée une fondation pour une philosophie herméneutique de la technologie qui analyse le role des outils et équipements dans la création de sens dans la réalité des gens, Verbeek, 2005, p95.

[546] Paul Dourish, *Where the action is: The foundations of embodied interaction*. Cambridge, MA: MIT Press, 2001.

[547] Julian Thomas, Phenomenology and Material Culture, *In:* C. Tilley, W. Keane, S. Kuchler, M. Rowlands, P. Spyer, editor(s). *Handbook of Material Culture*. London: Sage; 2006. p. 43-59, citant Husserl

[548] Robert Rosenberger & Peter-Paul Verbeek, A Field Guide to Postphenomenology, *in Postphenomenological Investigations: Essays on Human-Technology Relations*, Lexington, p.9-41, 2015, citant Merleau-Ponty, 1962

[549] par exemple: Julian Thomas, Daniel Miller…

[550] Paul Dourish en est un exemple

Les objets dans l'action et l'utilisation

Dans le modèle célèbre de Heidegger, l'outil devient invisible dans la relation entre l'humain et son monde, la focalisation n'est pas sur l'outil, mais sur le travail à faire. L'outil est à-porté-de-la-main (*zuhanden/Zuhandenheit*). Mais si l'outil casse ou cesse de fonctionner l'attention de l'utilisateur est attirée sur lui et il devient devant-la-main (*vorhanden/Vorhandenheit*). Dans le deuxième cas l'outil devient objectivement présent ou peut être un objet de connaissance ou de contemplation[551]. Il y aura deux façons dont les choses/outils peuvent se révéler, mais les deux sont liées à l'action incarnée. L'exemple célèbre de Heidegger est celui du marteau, ici pour le 'à-portée-de-main'; *the more we seize hold of it and use it, the more primordial does our relationship to it become…we deal with them by using them and manipulating them…(T)he peculiarity of what is proximally ready-to-hand is that, in its readiness-to-hand, it must, as it were, withdraw…*[552] Dourish utilise l'exemple de la souris de l'ordinateur pour décrire le "devant-la-main" de Heidegger; *Sometimes, however, for instance on those occasions when I reach the edge of the mousepad and cannot move the mouse further, my orientation towards the mouse changes; now, I become conscious of the mouse mediating my action, and the mouse becomes the object of my attention as I pick it up and move it back to the centre of the mouse-pad. When I act on the mouse in this way, being mindful of it as an object of my activity, the mouse is present-at-hand.*[553]

De la même manière que dans l'exemple de la chaussure en début de chapitre, l'outil à-portée-de-main, en fonctionnant normalement est invisible ou transparent (Verbeek, p80, p126). Il n'attire pas l'attention sur lui. Un autre point qui va être important dans la proposition de Heidegger est la proximité physique des objets utiles. Dans l'utilisation, ils sont même une extension de l'humain. Verbeek décrit une relation distancée avec l'objet (cassé, non-fonctionnant) devant-la-main, la familiarité [aussi] est cassée, nous ne pouvons plus incarner l'objet (Verbeek & Kockelkoren, 1998). L'exemple de Dourish sert à rappeler qu'il peut s'agir d'allers-retours dans l'utilisation et manipulation de l'objet et non seulement le cas d'un objet cassé ou cessant de fonctionner.

L'utilisation d'un outil afin de faire quelque chose, dans l'explication de Heidegger, fait partie d'une "totalité équipementale". L'outil est submergé dans la pratique mais fait aussi partie d'un

---

[551] Thomas, citant Hall, H. 1993 Intentionality and world: Division I of Being and Time. In: C. Guignon (ed.) The Cambridge Companion to Heidegger, 122-40. Cambridge: Cambridge University Press.

[552] Martin Heidegger, *Being and Time*, trad. Macquarrie & Robinson, Blackwell, Oxford, 1962, p69

[553] Dourish, 2004, Chapter 4

réseau d'objets. L'objet n'est pas isolé mais fait partie d'une totalité, d'une série de relations et d'un contexte (Thomas, 2006).

Le but ici n'est pas d'explorer la phénoménologie de Heidegger mais plutôt de mieux comprendre les cadres et les thèmes qui s'en dégagent et qui peuvent s'appliquer aux relations avec les objets usuels. De ce fait, il peut être intéressant de passer au cas d'une étude relativement récente sur la longévité des relations avec les objets (dans le contexte du design d'interaction) et, donc, à l'application des cadres issus de la pensée des objets de Heidegger. La question posée, dans un contexte quotidien de l'utilisation et de proximité avec des objets domestiques, est: "pourquoi nous préservons certaines choses passionnément et jetons d'autres sans réflexion?"[554]

Perspectives pour relations durables: fonction, symbolisme et qualités matérielles

L'étude de Odom et al. est un exemple en recherche en design prenant appui sur le travail de Verbeek, lui-même basé sur la phénoménologie. Les auteurs ont créé un cadre simplifié (qu'ils décrivent comme solide plutôt que complet) pour interpréter un travail d'observation de relations réelles. Ce cadre est basé sur trois "*design perspectives*" proposés par Verbeek[555] pouvant influencer la durabilité des (relations avec les) objets. Leur cadre consiste en trois qualités ou facteurs: la fonction - ce que l'objet fait, le symbolisme - ce que l'objet signifie (meaning or sign-value) et en troisième les qualités matériels, le "sensoriel dans le sens le plus large". L'article d'Odom et al. présente une series de relations spécifiques avec des objets issus d'entretiens en forme d'inventaire personnel. Leur étude ne portait pas sur les objets les plus chéris mais cherchait à comprendre les bases de relations durables (qui sont qualifiées d'attachements forts) avec les objets.

---

[554] William Odom, James Pierce, Erik Stolterman & Eli Blevis, Understanding Why We Preserve Some Things and Discard Others in the Context of Interaction Design, *in* CHI 2009, April 4–9, 2009, Boston, MA, USA, 2009

[555] Odom et al, 2009, citant Verbeek, 2005

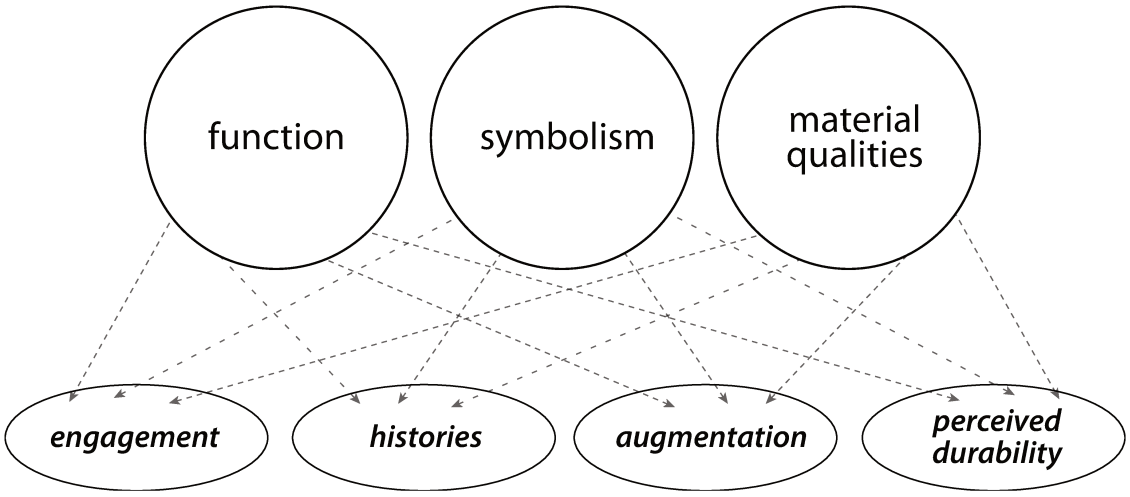


Figure 2,14 *Interprétation schématique du cadre utilisé par Odom et al et les "relationship clusters"*

Les interprétations du data suggèrent que les "interrelations, se renforçant mutuellement entre fonction, symbolisme et qualités matérielles, contribuent à la formation d'un niveau élevé d'attachement à un objet" (Odom et al, 2009, p4). Pour représenter cette interrelation entre les trois facteurs, quatre nouveaux groupements ou styles de relation sont proposés[556],

> l'**engagement** - la mesure dans laquelle l'objet invite et promeut l'engagement physique avec son propriétaire pendant l'utilisation;
>
> les **histoires** - la mesure dans laquelle les matériaux d'un objet préservent des histoires personnelles ou d'autres souvenirs, soit par la manifestation de signes physiques de l'utilisation ou de façon implicite par leur persistance dans le temps;
>
> l'**augmentation** - la mesure dans laquelle un objet a été ré-utilisé, renouvelé, modifié, altéré ou autrement façonné pour faire partie d'un ensemble augmenté au-delà de sa fonction initiale et, de ce fait, devenir le symbole de ingéniosité et/ou de l'expression créative du propriétaire;
>
> la **durabilité perçue** - la mesure dans laquelle son propriétaire perçoit un objet comme étant durable en termes de fonction ou en termes de longévité ou les deux.

Si l'implication de l'action d'utiliser l'objet semble surtout présente dans l'engagement et dans l'augmentation, il faut noter que l'utilisation de l'objet, l'action avec et/ou la fonction est finalement présent dans les quatre styles de relation décrites par les auteurs. Ceci est encore plus

[556] *ibid*, traduction de l'auteur

clair dans les descriptions plus détaillés de relations spécifiques illustrant chaque "style"[557]. Il y est question d' "*involvement*" profond, de compréhension et d'interaction directe avec la fonctionnalité de l'objet, d'une fonctionnalité transparente, ou qui inspire la confiance.

Avant tout, l'étude dégage fortement la notion d'implication active et corporelle dans l'action de l'utilisation et le fait qu'elle peut influencer positivement la durée de la relation avec l'objet.

Le thème d'augmentation, qui est un des exemples d'implication active identifiée par Odom et al., semble proche de celui d'appropriation[558], théorisé dans la recherche de consommation et en culture matérielle. Kaj Ilmonen (en sociologie de la consommation) donne des exemples de "décoration" et de "configuration" dans l'utilisation de tous les jours comme stratégie, parmi d'autres, d'appropriation des objets. Ces actions seraient un moyen de transcender l'aspect purement utilitaire ou fonctionnel des biens (Ilmonen, 2004, p41) et de créer un territoire autour du corps et d'élargir le "me-ness" (une extension de soi dans l'espace). L'appropriation, un exemple de notre "*involvement* et *commitment*" envers les biens, implique que les objets ne nous sont pas indifférents. Avec leur aura de "*me-ness"*, les biens appropriés modifient nos relations et nos pratiques envers eux. Cette notion d'un processus à travers lequel les objets et les utilisateurs se configurent l'un et l'autre est décrit aussi par Ingram et al. (2007, p10) dans un article sur les théories sociales de pratique (*social practice theory*) appliquées au design. L'appropriation serait un exemple du rôle actif des utilisateurs pour intégrer les technologies et les commodités dans les modes de vie existants (Ingram et al., 2007), dans les cadres de sens (*meaning*) et dans les contextes de pratique. L'appropriation est souvent associée à l'idée d'un "anti-programme" de la part des utilisateurs, créant des utilisations et des sens différentes de ceux prévus dans la commodité de départ.

Le theme d'engagement prend un sens relativement restreint dans l'étude d'Odom et al.: la capacité d'un objet à encourager une interaction physique engageante. Les exemples donnés soulignent que l'attachement pour ces objets vient d'un savoir faire ou de connaissance acquis dans l'utilisation de l'objet (des ustensiles de cuisine, des instruments de musique) ou d'actions ou d'interactions engageantes (une torche rechargeable à manivelle, une clé à douille). L'engagement comme concept a le désavantage de couvrir un très large spectre, comme nous

---

[557] les auteurs mentionnent des commentaires de participants au sujet des objets "durables" suggérant; "*a deeper level of involvement", "understanding and directly interacting with the object's functionality", "histories of use and reuse", functional pieces (of furniture) were irreplaceable", "being involved in the functionality", "transparent functionality", "trust in the functionality"*…pour plus de détail, se référer à l'article d'Odom et al.

[558] Ilmonen, 2004, p41-42, Jack Ingram, Elizabeth Shove & Matthew Watson, Products and Practices: Selected Concepts from Science and Technology Studies and from Social Theories of Consumption and Practice, Design Issues: Volume 23, Number 2 Spring 2007, p10-11

l'avons déjà mentionné dans l'introduction de cette section. Il reste néanmoins central pour notre sujet et il est très présent dans les philosophies de technologies issues de la phénoménologie, comme nous verrons plus loin dans ce chapitre.

Odom et al. admettent que leur cadre:

function = *functionalist perspective*
symbolism = *semiotic perspective*
material qualities = *material aesthetic perspective*[559]

inspiré des perspectives des produits de Verbeek est solide mais peut-être incomplet. L'avantage de leur traduction des "perspectives" de Verbeek est sa clarté et sa simplicité pour décrire trois composants présents dans des relations d'attachement avec les objets qui interagissent. Ils signalent que Verbeek souligne les qualités matérielles, par rapport au symbolisme et à la fonction, pour expliquer et prédire les relations durables entre les gens et les choses[560]. La position de Verbeek semble plus tranchée encore en faveur de l'importance des "qualités matérielles" mais ses définitions des trois perspectives sont aussi plus larges et plus complexes que celles d'Odom et al..

Les trois perspectives de Verbeek sont présentées dans un chapitre de "*What Things Do*" consacré à l'application des thèmes et du vocabulaire de sa philosophie de la technologie dans le travail des designers et plus particulièrement, le design industriel. Verbeek se restreint au design industriel précisément car cette discipline traite des artefacts dont le rôle est important dans la vie sociale quotidienne.[561] Son point de départ est de décrire les deux perspectives généralement utilisées pour aborder les produits en design industriel: soit par leur fonctionnalité, soit par leur valeur de signe. Le lien entre ces deux perspectives est détaillé, la valeur de signe pouvant être considérée comme une *fonction* sémiotique, ou "utilité socio-culturelle" par rapport à "l'utilité matérielle" (*practical usefulness of the product*)[562]. Les fonctions sémiotiques sont également divisées en fonctions dénotatives et fonctions connotatives, la première concernant l'affordance (l'explication du pour-quoi-faire et comment de l'objet), et la deuxième le symbole (par exemple d'identité ou de style de vie).

---

[559] Odom et al, 2009, simplifient les termes utilisées par Verbeek, 2005; p204, p206, p233

[560] ibid, p2

[561] Verbeek, 2005, p203 - 204

[562] Verbeek, 2005, p204, citant Wim Muller, *Order and Meaning in Design*, 2001,

Pour encourager l'attachement humain, Verbeek dit qu'il est nécessaire de concevoir les produits pour que les humains interagissent avec les produits eux-mêmes et non seulement avec ce qu'ils font ou ce qu'ils signifient, d'où la troisième perspective "matérielle et esthétique". Le danger de l'association fonction et symbole est signalé également par Stuart Walker. Les objets, à la fois fonctionnels et socio/positionnels (utilisés pour exprimer l'identité, le statut, l'affiliation), sont ceux, selon lui, qui génèrent le consumérisme et deviennent facilement démodés[563].

Dans le modèle de Verbeek, il faut séparer la perspective fonctionnaliste de la fonction qui fait partie forcément de l'interaction avec les objets "eux-mêmes" matériels. Quand la fonctionnalité des produits est au centre, il propose que nous soyons seulement impliqués dans ce que font les produits et non comment ils le font. Il déplore qu'il n'y a guère d'attention donnée au produit matériel qui est présent "ici et maintenant" (Verbeek, 2005, p232). Nous pouvons signaler ici l'importance de l'attention par rapport au modèle de Heidegger, par exemple, et les différents sens donnés à la transparence que nous aborderons plus loin. Un design fonctionnaliste, centré sur la fonction des produits, accorderait de l'attention au résultat de la fonction et non à l'implication des gens dans le fonctionnement. Le design fonctionnaliste créerait ainsi des commodités plutôt que les "*focal things*" qui nous engagent (Verbeek & Kockelkoren, 1998). Pour différencier des formes d'interaction fonctionnelles et à-portée-de-main souhaitable ou non, Verbeek et Kockelkoren comparent l'exemple de l'adaptateur (du téléphone, de I-Pod…) et le piano. L'adaptateur se retire de notre implication en remplissant une fonction et ne génère pas une relation. Le piano, tout en disparaissant dans la fonction de jouer de la musique, crée néanmoins un focus autour duquel la praxis de la fabrication de musique a lieu. Il se retire, mais sans terminer notre engagement avec lui.

La perspective matérielle et esthétique de Verbeek se base sur ce principe de relation avec une implication physique et sensorielle avec l'objet. Cette perspective porterait une attention particulière aux aspects sensoriels de la relation, avec deux critères principaux, la transparence et la capacité engageante, et un troisième critère moins détaillé qui est le vieillissement gracieux (*ageing gracefully*).

L'artefact transparent

La définition de transparence, ici, prend comme point de départ le "à-portée-de-main" de Heidegger: le fait que, dans ce contexte, les artefacts permettent une pratique sans devenir les

[563] Walker, 2004, le supplement pour éviter l'écueil du produit "jetable" pour Walker est la qualité "inspirationnelle/spirituelle", et donc un principe à priori loin du "matériel et esthétique".

objects d'attention et facilitent une relation entre une personne et son environnement. Ils deviennent l'objet direct de l'expérience ou de l'action seulement en cessant de fonctionner. Verbeek signale que pour permettre une relation durable ils doivent pouvoir retourner à l'état d'être à-portée-main, or, beaucoup de produits actuels ne permettront pas ce retour. Ils ne sont pas, dans les mots de Verbeek, littéralement et figurativement assez *transparents* pour le permettre. Cette transparence veut dire dépourvue d'obstacles: être compréhensible et accessible. Le produit transparent doit laisser voir et comprendre sa fonctionnalité et permettre des réparations, des modifications et des actualisations.

L'artefact engageant et l'engagement

Utilisant encore la référence de Heidegger, Verbeek avance que l'artefact engageant doit être présent pour l'humain dans des façons qui ne sont ni totalement à-portée-de-main, ni entièrement devant-la-main. Un artefact engageant resterait explicitement présent dans la relation, sans nécessiter une implication (*involvement*) le rendant devant-la-main. L'artefact engageant devrait impliquer l'humain dans une partie de son fonctionnement, pour que la consommation ne se limite pas à la commodité apportée par l'artefact.

Pour conclure, le principe de Verbeek est de promouvoir une relation sensorielle avec le produit en tant qu'artefact matériel, dans lequel les gens sont réellement engagés avec le produit présent ici et maintenant.[564] Le modèle, ici, Figure 2,15, tente d'illustrer les trois perspectives de Verbeek et leur interrelation qui seront les conditions pour une relation durable avec les objets.

[564] Verbeek, 2005, p233

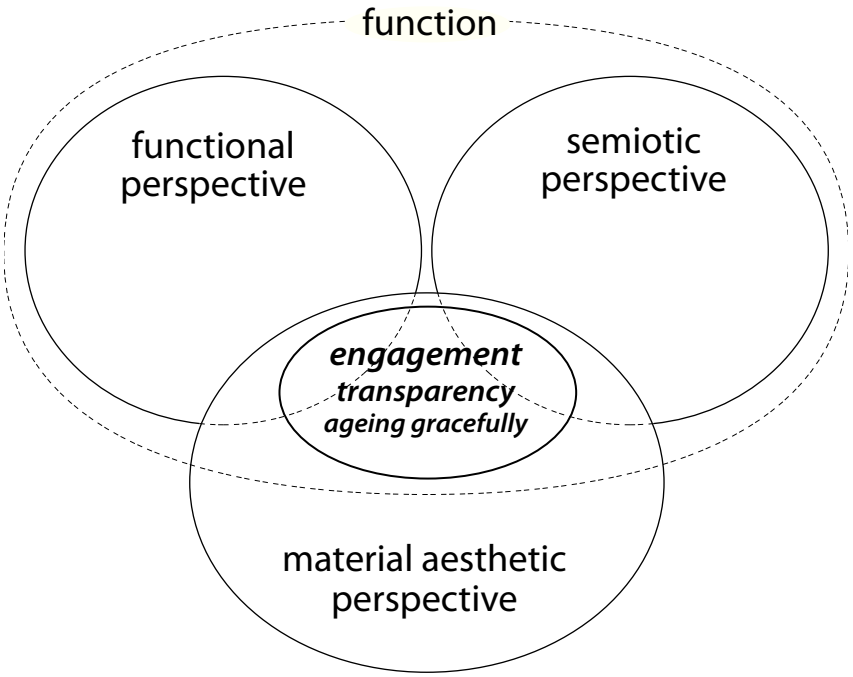


Figure 2,15 *Interprétation schématique du cadre de Verbeek (2005)*

La notion d'engagement comme solution, par Verbeek, est déjà présente dans différentes philosophies de la technologie du 20e siècle. En cherchant les bases d'une phénoménologie appliquée à la technologie, Verbeek s'appuie sur Heidegger mais aussi sur Jaspers. Le travail du premier représente le pôle d'une phénoménologie herméneutique examinant les façons dont la réalité est interprétée et ainsi présente pour les êtres humains. Le travail de Jaspers serait une phénoménologie existentielle, c'est à dire demandant comment les humains réalisent et donnent forme à leur existence.[565] Verbeek présente la vision de Jaspers d'une technologie et d'une production de masse qui menace le lien entre les êtres humains et leur monde. Des artefacts produits par la technologie de masse avec des fonctions standardisées "satisferont ainsi les besoins ordinaires [mais] ne généreront aucun sens particulier d'affection". Ils font partie d'un "approvisionnement d'objets de nécessité digne de confiance, mais d'une manière qui nous fait en prendre moins de plaisir…"[566] Selon Jaspers, les êtres humains auront besoin du lien ou de l'attachement avec de l'engagement personnel et l'implication/la responsabilité (*commitment*) dans l'environnement pour se réaliser en tant qu'individus authentiques[567]. Les objets seulement utiles et fonctionnels, identiques et remplaçables, ne permettront pas cet engagement.

---

[565] Verbeek, 2005, p10-20

[566] *ibid*, p19, citant Jaspers, Philosophie p47-48

[567] ibid, p20, il est important de noter que Verbeek soutien l'analyse de Jaspers pour l'importance qu'il place sur le rôle des technologies, ou artefacts technologiques, dans l'existence des êtres, mais il rejète une demonisation de, ou une alienation par, la technologie vue de façon monolithique.

L'idée d'engagement dans le contexte des relations bonnes ou mauvaises avec les artefacts technologiques est largement développée dans le travail d'Albert Borgmann[568]. Borgmann introduit la notion de "*device paradigm*" (le paradigme de l'appareil). L'approche "paradigmatique" reflète la volonté de considérer que la technologie crée un "*characteristic and constraining pattern to the entire fabric of our lives*", et de mieux explorer et comprendre ce paradigme ou "*pattern*". Cette question est abordée à travers des appareils technologiques spécifiques qui sont les "*devices*". "*Technology becomes most concrete and evident in (technological) devices, in objects such as television sets, central heating plants, automobiles and the like. Devices therefore represent clear and accessible cases of the pattern or paradigm of modern technology*." (Borgmann, 1984, p3)

Le lien entre le "*device paradigm*" de Borgmann et la question d'engagement est présenté de façon très succincte par Paul Thompson[569].

> *"Modern technology seeks to displace inconvenience and waste with devices: efficient tools and techniques that require little or no skill, attentive engagement or reflection on the part of their users. However, in eliminating the annoyance of less effective methods, devices have a dual effect. In the first instance they render life devoid of meaning. It is, in fact, the distractions and detours of traditional ways of living that were the basis for deep and enduring relationships with other people and with the natural world. A world dominated by devices can be easily negotiated, but it provides no opportunity for true engagement. In addition, as reflective engagement declines, people become inured to the consequences of living in a device-filled world. The results can be seen in the decline of both community life and the natural world."*

Et le mauvais "*device*" exemplaire pour Borgmann est la télévision, et l'état de "*couch-potato*[570]" qu'elle crée.

Le "*device*"/appareil du "device paradigm" ne permettrait pas d'engagement. L'appareil est une entité qui rend disponible ce que Bormann appelle une "commodité", la fonction ou le "à-quoi-sert" l'objet. Et cette commodité est rendue disponible par sa/la "*machinery*"/machinerie qui demeure aussi cachée que possible.[571] Pour sortir de ce consumérisme technologique sans engagement Borgmann développe la notion de "*focal things and practices*" et donc de "*focal*

---

[568] Le livre de référence pour Verbeek, mais aussi pour une grande partie des discussions sur une philosophie de la technologie à partir des années 90, est *Technology and the Character of Contemporary Life* (1984) du philosophe Américain, né en Allemagne.

[569] Paul Thompson, in The Oxford Handbook of Environmental Ethics, eds. Gardiner S. & Thompson A.,Oxford University Press, 2016, p442

[570] terme probablement largement intégré et compris, (et peut-être en train de se démoder avec l'arrivée de l'ordinateur et le smart phone), décrivant la personne transformé en une sorte de "patate" collé à son canapé devant la télévision. (L'expression doit ses origines à un jeux de mots sur une expression utilisée autrefois pour la télévision, '*tube*' et la personne qui regarde '*tuber*').

[571] Verbeek, 2005, p177

practices". Les deux exemples d'engagement avec le monde à travers des "focal practices" (présentés par Borgmann) sont la culture de la table (la préparation, le partage et le plaisir d'un repas) et la course à pied. Les deux activités demandent une implication, une attention et un effort physique. Ce sont des pratiques qui "sont concrètes, tangibles et profondes, qui n'admettent pas des équivalents fonctionnels: elles ont une tradition, une structure et un rythme propres à elles".[572]Verbeek les décrit comme des pratiques "*valuable in and of themselves, and are not a pure means of "getting from one place to another" or of "obtaining nutrition". They involve not availability but engagement*.[573]"

Dans la notion de "*focal practices*" (et à travers ces exemples), il y a l'idée d'un engagement plus vrai (et peut-être plus traditionnel) car intégrant plus d'effort et plus de sens "*meaningfulness*". En comparaison, la vision dystopique de la relation avec les objets technologiques est d'une consommation désengagée qui ne demande pas d'effort et ne génère pas de sens.

Achterhuis[574] avance que les deux exemples ci-dessus, tout en suggérant une structure pré-technologique, se reposent largement sur les produits de notre culture technologique (les vêtements, l'équipement, les outils…) Ils peuvent être mieux compris comme étant une appropriation de la technologie sur un niveau d'instrumentalisation secondaire, où la "*technique must be integrated with the natural, technical, and social environments that support its functioning*"[575]. L'idée de deux niveaux d'instrumentalisation de Feenberg est peut-être une manière de réhabiliter la fonction (de façon positive) dans les interactions avec les objets.

Différentes formes de relation aux objets (d'après Ihde)

Une autre structure pour aborder les interactions avec les objets technologiques a été développée par Don Ihde[576]. Elle a été très largement reprise par Verbeek et d'autres. Ihde parle de "relations ambiguës" pour les différentes façons que le soi-comme-corps interagisse avec l'environnement par le moyen des technologies. Afin de mieux comprendre cette complexité, il

---

[572] Verbeek, 2005, p184 citant Borgmann, 1984, p219

[573] ibid, p184

[574] Hans Achterhuis, 2002, Borgmann, Technology and the Good Life? and the Empirical Turn for Philosophy of Technology, in Techné: Research in Philosophy and Technology, vol 6,no1, p64-75

[575] ibid, citant Andrew Feenberg, et sa "*two level instrumentalization theory*". Le premier niveau d'instrumentalisation concerne the "*functional constitution of technical objects and subjects" and addresses the meaning of modern technology apart from all the different social meanings that it might receive"*, dans les mots d'Achterhuis, *The primary level simplifies objects for incorporation into a device while the secondary level integrates the simplified objects to a natural and social environment*.", Feenberg, 2005, *Critical Theory of Technology: An Overview*. La position de Feenberg permet, peut-être, d'identifier un niveau de relations avec des objets appropriés et intégrés, mais pas forcement activement engagés en termes d'*effort* et *meaningfulness*.

[576] Ihde, 1990, Technology and the Lifeworld, chapître 5, A Phenomenology of Technics

se base sur des caractéristiques structurelles pour identifier quatre différentes formes que peuvent prendre les relations entre êtres humains et artefacts. Ces quatre formes de relation sont: les relations incarnées, les relations herméneutiques, les relations d'altérité et les relations de contexte. Les deux premières sont des relations de médiation. La technologie est entre l'observateur et l'observé, dans une position de médiation.[577] L'expérience humaine se fait à travers la technologie ou l'artefact. Cette perception médiée est schématisée par le modèle: *I-technology-world,* (Ihde confirme évidemment que son modèle ne se limite pas à des relations visuelles). Les quatre formes de relation proposées par Ihde sont illustrées Figure 2,16.

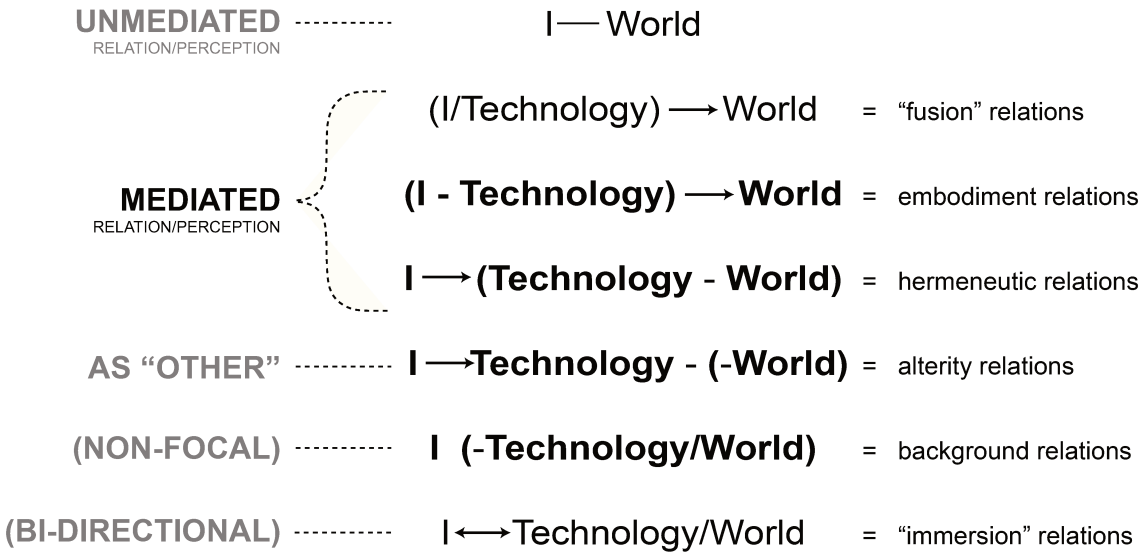


Figure 2,16 *Les différentes formes de relations d'après Ihde 1990 (et Rosenberger & Verbeek, 2015)*

avec deux nouvelles versions proposées par Rosenberger et Verbeek[578] pour représenter les nouvelles frontières des relations avec la technologie en train d'émerger.

Au premier niveau, les "*embodiment relations*" sont les expériences du monde à travers une technologie, simples et mono-sensorielles (comme, par exemple des lunettes qui permettent de mieux voir) ou complexes et multi-sensorielles (comme dans la conduite d'une voiture). Ces relations magnifient, amplifient, réduisent ou mettent de côté, simultanément, nos capacités et ce que l'on expérimente à travers elles (Ihde, 1990, p76). Elles modifient la perception (visuelle, tactile, auditive..) et/ou l'expérience corporelle et cette expérience incarnée peut être source de plaisir (le cas de sentir l'environnement à travers la conduite de la voiture pour certains) ou

[577] Ihde, 1990, p73

[578] Rosenberger & Verbeek, 2015, p20 - 22

neutre (la vision à travers des lunettes), ou même plus ou moins négative (dans l'amplification de certaines capacités, d'autres se trouvent limitées). Ihde utilise le terme "transparent" pour décrire la façon dont la technologie "se retire" de l'expérience incarnée, l'humain ne remarque plus la technologie dans l'action qu'elle permet ou qu'elle facilite. Cette transparence est possible seulement si la technologie fonctionne (les verres des lunettes permettent de voir à travers), si les connaissances nécessaires sont acquises (je sais que le téléphone va me permettre de parler à une personne qui n'est pas présente) et si le contexte instrumental garde, comme référence, mes capacités corporelles.

Dans la relation herméneutique, la relation au monde se fait toujours à travers un artefact mais, plutôt qu'un ressenti du monde permis dans le cas de relations "embodied", il s'agit ici d'une représentation qui est interprétée (Verbeek, 2005, p126). Ihde le défini comme "*a special interpretive action within the technological context. That kind of activity calls for special modes of action and perception, modes analogous to the reading process*". Ihde utilise l'exemple de la fenêtre qui me permet de regarder dehors et de comprendre qu'il fait froid et du thermomètre que je peux regarder pour connaître la temperature au dehors pour illustrer des différents niveaux dans la relation herméneutique médiée par les artefacts (Ihde, 1990, p.84-85). L'exemple montre aussi la notion d'un continuum entre la relation "embodied" et herméneutique. La médiation par l'artefact passe par une attention à l'artefact, mais toujours "afin de". Donc, si la technologie fonctionne et si le niveau de connaissance permet une "lecture" fluide, il peut y avoir une transparence dans cette relation (comme pour la relation incarnée).

Quand l'attention est réellement sur l'artefact en tant qu'entité la relation, elle devient une relation d'altérité. Ihde utilise l'exemple de l'ordinateur pour indiquer de nouveau le continuum entre la relation herméneutique et la relation d'altérité. Son utilité appartient à ses capacités herméneutiques (Ihde, 1990, p.107), mais l'attention est souvent portée directement vers cet artefact. L'interaction est avec lui, et en tant que "quasi-other", l'ordinateur possède une forme d'indépendance (Verbeek, 2005, p.127).

Les "*background relations*", la dernière forme de relation proposée par Ihde, concernent la situation où les technologies forment le contexte de notre expérience sans que nous en soyons conscients. Ils forment le "*backdrop*"[579] ou toile de fond de nos expériences.

Il faut garder à l'esprit que cette façon de catégoriser les relations avec les objets était créée pour illustrer le cas des artefacts technologiques. L'intérêt pour les objets (fortement)

[579] ibid, p128

technologiques est encore plus vrai dans le travail de Rosenberger et Verbeek et les additions proposées démontrent que ce modèle se trouve confronté à de nombreux cas difficiles ou "*borderline*" dans les technologies émergentes. Ceci n'enlève pas l'utilité d'un modèle qui permet d'établir une forme d'échelle mobile[580] de proximité des relations avec les artefacts.

Ce modèle d'Ihde est également utile car il s'adresse au contexte d'utilisation, et permet de soulever différents niveaux de focus et de transparence dans les relations actives avec les artefacts.

Le travail de Don Ihde est le point de départ de l'approche "post-phénoménologique" dans la philosophie de la technologie. Cette approche, basée sur l'artefact et non sur une "technologie" monolithique, rendrait possible des analyses de proximité ("micro-scale") des rôles médiateurs des technologies dans les relations humain-monde. Ces phénomènes de médiation technologique se situent dans les interactions, la matérialité et les pratiques concrêtes (Rosenberger & Verbeek, 2016, p12). Ce rôle de médiation des objets technologiques n'attire pas (encore) assez d'attention dans les méthodes du design industriel (Verbeek, 2005, p204). Pour Verbeek, la notion de médiation permet de combler un manque dans les approches du design industriel souvent réduites à la fonctionnalité et la sémiotique. La médiation des artéfacts technologiques modifie nos comportements, nos perceptions et nos actions. Verbeek propose de mieux prendre en compte cette médiation et cette influence en tant qu'objet physique comme façon d'utiliser cette focalisation issu de la post-phénoménologie. L'avantage de cette approche est de contribuer à un design plus "*environmentally sound*"[581] car concerné par la matérialité des objets, "*things mediate the relation between human beings and their world not in a linguistic but a material way*" (Verbeek, p209). Cette médiation encourage la prise en compte de la sensorialité et contribue à porter l'attention sur les dimensions sensorielles de l'utilisation des objets (Verbeek, p235).

Discussion des thèmes clefs: médiation, engagement, embodiment, transparence et background

Il est clair que les différents cadres évoqués ici soulèvent un certain nombre de thèmes très utiles dans la structuration et la compréhension des relations avec les objets, dont la question de la matérialité et du statut de l'objet physique au-delà de (ou avec) sa valeur de signe et sa fonction.

---

[580] Ihde, 1990, p93 "*the movement from embodiment relations to hermeneutic ones occurs along a human-technology continuum".*

[581] *ibid*, plus solide sur le plan de l'environment, plus durable. p234 Verbeek signale par ailleurs que sa discussion sur la matérialité n'est seulement une des façons dont la phénoménologie peut s'appliquer aux pratiques concretes du design industriel.

Une approche pour les relations avec les objets basée sur la médiation se place largement dans le domaine des fonctions primaires et de leur utilité matérielle (Verbeek, p208). La notion de fonction reste un peu dévalorisée car trop liée, peut-être, à la période moderniste et à l'idée que le design peut se réduire à la notion de fonction seule. Verbeek suggère que si la fonctionnalité de l'objet est centrale, nous sommes seulement impliqués dans ce que fait l'objet et pas dans le 'comment il fait', sans porter à l'attention à l'objet materiel (Verbeek, p232). A la place d'une approche lié à la fonction, le philosophe de la technologie, Andrew Feenberg, propose d'aborder la technologie à travers deux niveaux d'instrumentalisation (dans sa théorie du même nom);

> *" the level of our original functional relation to reality and the level of design and implementation…At the first level, we seek and find affordances that can be mobilized in devices and systems by decontextualizing the objects of experience and reducing them to their useful properties…At the second level, we introduce designs that can be integrated with other already existing devices and systems and with various social constraints such as ethical and aesthetic principles."*[582].

Cette théorie évoque l'idée d'un niveau dé-contextualisé (le premier) et d'un niveau re-contextualisé (le deuxième), autrement dit de conditions fonctionnelles générales de technologie et de conditions de réalisations (concernées par les sens éthiques et esthétiques des technologies et les modes de vie qu'elles forment)[583]. L'avantage de cette approche est de placer l'utilisation et la fonction comme conditions globales plutôt que partielles[584].

Dans le modèle de Verbeek, comme celui de Odom et al., pour des relations plus durables avec les objets, nous trouvons des notions d'engagement (et d'"*Involvement*"). La capacité engageant des produits invite à l'attachement pendant l'usage par une interaction de confiance, d'implication dans le fonctionnement et le vieillissement de l'objet (Verbeek, 2005, p233). Cet engagement est une implication physique et active avec l'objet et la version de Verbeek suggère aussi une certaine attention portée sur l'objet et l'interaction. La valeur de l'action et de "l'énergie psychique" investies dans les objets pour générer un attachement est évoquée dans une des premières études importantes sur les relations aux objets (Csikszentmihalyi et Rochberg-Halton, 1987) mais ici les "motions mécaniques et les produits matériels" importent peu. Ce qui est important se situe dans les intentions et les buts de l'action et la façon dont elle permet l'expression de soi. Tout en gardant l'importance des valeurs symboliques, Verbeek proposent

---

[582] Andrew Feenberg, Critical Theory of Technology: An Overview. in Tailoring Biotechnologies, Vol.1 Issue 1. Winter, 2005

[583] Andrew Feenberg, Review of What Things Do (de Verbeek), in Human Studies Vol. 32, No. 2 (Jun., 2009), p. 225-228, 2009

[584] et de situer notre sujet, comme le cadre de Verbeek, dans le deuxième niveau d'instrumentalisation, celui de l'intégration dans la société.

des modèles où l'engagement avec l'objet physique est au moins autant une question de matérialité que d'action.

L'engagement manquant dans le rapport aux objets soulevé par Jaspers et plus tard par Borgmann est un engagement actif et corporel de la personne. Et l'engagement, comme qualité pour pérenniser les relations aux artéfacts d'Odom et al. et de Verbeek, est aussi un rapport incarné. L'importance probable de cette incarnation ou *embodiment* dans les relations aux objets est un point central des cadres présentés dans ce chapitre. Cette incarnation (ou rapport au corps) est considérée comme le point commun entre deux nouvelles approches de HCI (Interaction homme-ordinateur) de la fin du 2Oe siècle qui sont le "social computing"[585] et le "tangible computing" (une re-focalisation sur les objets physiques dans l'interaction avec les ordinateurs et en rapport avec les capacités tactiles et physiques des utilisateurs, et donc avec l'interaction physique) [586]. Cette vision de *embodiment* comporte des notions de rapport physique direct, contextuel et social et décrirait un statut [humain] participatif plutôt qu'une réalité physique[587]. Elle démontre que le principe d'incarnation va au delà des rapports physiques directs.

En réaction à l'intérêt croissant pour la cognition incarnée ou *embodiment* en linguistique et dans les sciences cognitives, Van Rompay et Ludden (2015) ont tenté de dissocier quatre types d'*embodiment* pertinents pour le design d'expérience en rapport avec les artefacts. Ces quatre types sont; 1) l'anthropomorphisme; l'utilisation de ressemblances humaines, familiarité, personnalité, 2) les propriétés relationnelles: des schémas d'image et de sens symbolique visuels/ spacials, 3) les expériences sensorielles significatives: les liens entre impressions sensorielles et évaluation/compréhension, 4) "*Embodiment*" dans le mouvement et l'action avec les artefacts. Ces quatre types illustrent les différentes façons dont l'expérience d'un produit peut avoir une base corporelle. L'expérience peut être en termes de référence et de signification ou en interaction directe. Van Rompay et Ludden rappellent aussi que dans chaque type d'expérience d'*embodiment* dont ils présentent quelques exemples[588], les liens entre cognition, affect, et comportement sont apparents.

Un dernier point important soulevé par ces cadres est la question de l'objet qui se retire (*withdraw*) de l'attention dans son utilisation. Le terme de transparence proposé par Ihde pour

---

[585] social computing - l'intégration des méthodes de la sociology dans la recherche HCI et la prise en compte de l'activité sociale et humain et le contexte de l'interaction.

[586] Dourish, 2001

[587] ibid, p8

[588] exemples mentionnés sont; pour cognition:les attributions de sens par des structures d'image schématique, affect: un design générant de la confiance en soi, behaviour: une surface lisse qui a facilité des interactions sociales

cette possible disparition dans une médiation incarnée (*embodied*) ou herméneutique, devient un peu moins clair dans l'utilisation proposée par Verbeek. La transparence devient chez Verbeek[589] une des "caractéristiques de l'esthétique d'objets culturellement durables". Sa définition de la transparence concerne l'artefact qui rend possible sa reparation et ne cache pas sa *machinery* (dans le sens de Borgmann). Le produit est non seulement fonctionnellement présent mais démontre comment il fonctionne en limitant l'effet de territoires déploré par Ed Van Hinte du groupe *Eternally Yours* (Verbeek, p226-7). La peau de l'objet est le territoire de l'utilisateur, l'intérieur (inaccessible) est le territoire exclusif des techniciens formés.

Le sens plus généralement accepté de transparence est le degré à partir duquel un dispositif recule vers l'arrière plan de la conscience de l'utilisateur pendant l'utilisation (Rosenberger & Verbeek, 2015, p23). La transparence tout comme les relations d'arrière plan (*background relations*) de Ihde, dont elle est distincte, concerne néanmoins une médiation technologique qui modifie l'expérience de l'utilisateur. Il peut être utile de mieux comprendre ce champ de conscience ou "*field of awareness*": l'importance relative entre ce qui demande de l'attention, ce qui reste sur les franges de la relation et ce qui se retire,[590]. Rosenberger & Verbeek proposent le terme de sédimentation[591] pour décrire la force d'habituation associée à une relation humain-artefact. La sédimentation (les expériences du passé qui aide à contextualiser l'expérience présente) va donner un contexte pré-perceptif qui rend les interactions avec l'artefact plus transparentes. Il est possible aussi d'associer cette habituation avec les catégories de perception et reconnaissance de Dewey[592]. La reconnaissance serait "l'expérience et l'interprétation seulement comme quelque chose que nous connaissons déjà…qui peut être conscient, inconscient et peut ou non procurer du plaisir…[et]…ne produirait pas une nouvelle organisation de ressentis, d'attention ou d'intentions". La fin, surtout, de cette citation de Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton semble minimiser l'importance de cette catégorie de reconnaissance par rapport à celle de la perception. Il semble que cette zone de reconnaissance mérite exploration, surtout dans le cadre des relations durables. Deux exemples de l'univers du design (appliqué) viennent un peu renforcer cette idée. Le designer japonais Naoto Fukasawa a tenu plusieurs ateliers de design sous le titre "*Without Thought*". La façon dont les gens manipulent inconsciemment les objets matériels étant pour lui une inspiration importante pour un meilleur

---

[589] Verbeek, 2005, pp225 - 228

[590] ibid, et Rosenberger, R. (2012). "Embodied Technology and the Problem of Using the Phone WhileDriving."Phenomenology and the Cognitive Sciences11 (1): 79–94.

[591] ibid, suivant l'utilisation en phénoménologie et Merleau-Ponty en particulier

[592] cité par Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton

design. Il explique aussi que si la vue conventionnelle du design prône de la stimulation de la conscience et des sens, l'idée de "*without thought*" peut surprendre. Il suggère qu'il ne faut pas rechercher toujours un design stimulant et prône "l'inconscient, harmonieux accord de personnes et des objets" appelé "*without thought*"[593].

Le célèbre designer allemand Dieter Rams a décrit ses produits pour Braun comme ressemblant à des majordomes anglais discrètement invisibles mais toujours prêts à agir sans effort au besoin[594]. Pour lui les produits de tous les jours, qui feraient partie des vies des gens pendant longtemps, devraient rester en arrière plan,[595] faisant ainsi un lien entre l'objet transparent et une possible longévité.

Partant de la volonté de la phénoménologie de s'adresser aux objets eux-mêmes et à l'expérience réellement vécue, les différents cadres présentés dans ce chapitre permettent de considérer les objets dans des relations spécifiques et individuelles plutôt que de manière abstraite ou générale. Par rapport aux cadres présentés dans les chapitres précédents, la focalisation se tourne plus vers les objets de tous les jours plutôt que les objets "précieux". Ces cadres permettent aussi de ne pas sur-privilégier le rôle de la perception visuelle dans les relations.

En dehors de la question spécifique des relations durables, abordées dans les cadres d'Odom et al et Verbeek, l'apport de l'ensemble des cadres ici est d'évoquer une relation à l'artefact située dans l'action et dans la fonction et de mettre en évidence les différents aspects de cette expérience.

Finalement, ces cadres évoquent aussi les questions de contexte, de spatialité et de temporalité qui sont autant d'éléments importants dans les relations avec les artefacts. Nous les aborderons dans le chapitre suivant.

---

[593] Naoto Fukasawa, *Naoto Fukasawa*, Phaidon, 2007 2007, p6-7

[594] Sudjic, 2008, p7

[595] voir aussi Dieter Rams, Less but Better, 1995 (2014)

2.7 Contexte et Réseaux

To pursue the question of how products contribute to human experience, it is necessary to consider the larger social sphere in which they exist. I have coined the term product milieu to characterise the aggregate of material and immaterial products, including objects, images, systems and services…This milieu is vast and diffuse, fluid rather than fixed. It is always physically and psychically present and consists of all the resources that individuals make use of in order to live their lives….[596]
Unfortunately, social scientists have paid little attention to the product milieu. Sociologists and anthropologists have concerned themselves with issues of consumption rather than issues of use. We have no theory of social action that incorporates a relation to products, nor do we have many studies of how people acquire and organise the aggregates of products with which they live their lives.[597]

Victor Margolin est un des pionniers des études en design (Design Studies) et son livre, *The Politics of the Artificial: Essays on Design and Design Studies*, 2002, d'où sont tirés ces deux extraits, tente de décrire le design et son étude au début du XXIe siècle. Margolin s'inspire de Dewey pour sa réflexion sur la nécessité de mieux comprendre la contribution des choses (*things*) matériels dans la construction de l'expérience (humaine).[598] Il considère que l'utilisation des objets, l'expérience des objets et leur milieu restent insuffisamment explorés et compris. Le chapitre de son livre consacré à l'expérience des produits fait le lien entre la compréhension des relations avec les objets matériels et la prise en compte de leur contexte. Il est question du "*product milieu*" qui est non seulement vaste et diffus, mais aussi fluide et en mouvement. Ce milieu est aussi une construction, un agrégat de choses acquises et organisées par des individus. Margolin (p44-45) décrit cet agrégat comme un *personal portfolio* d'objets ou un *large product web.* La contribution importante de Margolin est de rappeler que nous avons un engagement en cours avec de nombreux produits de types différents, et que cette expérience est personnelle. Chaque jour est fait de nombreuses situations avec un réseau de produits, matériels et immatériels que l'on utilise, que l'on gère. L'ensemble de ce réseau va influencer la qualité des expériences que nous avons avec les produits.

A la même époque que la sortie du livre de Margolin, un article de Terence Love dans le journal Design Studies (cité aussi dans l'introduction) confirme aussi l'importance du contexte dans la recherche en design. Dans cet essai, avec comme but de mieux définir les frontières de la recherche en design et les questions au coeur de la recherche en design, Terence Love utilise

---

[596] V. Margolin, Chapitre; The Experience of Products, 2002, p44

[597] *ibid*, p51

[598] ibid, p51

comme point de départ les éléments clés de l'activité du design: les humains, les objets et les contextes. En croisant ces trois éléments, il désigne les domaines couverts par la recherche en design: les comportements humains, les interactions humains - humains, les interactions humain - objet, et les interactions humains - objets - contextes.[599] Une des fonctions de cette démonstration par Love est de montrer que ces domaines sont largement partagés par d'autres disciplines. Les interactions qui nous concernent pour ce chapitre, entre les humains, les objets et leur contexte, sont aussi abordées, selon Love, par l'esthétique, la biologie, l'ingénierie, les études environnementales, l'ergonomie, la philosophie, la psychologie, les sciences naturelles et d'autres. Cette diversité donne certainement un large éventail de cadres théoriques applicables pour mieux comprendre les relations avec les objets en lien avec leur contexte, souhaité par Margolin. Elle rend aussi, nécessairement, très difficile un traitement succinct et équilibré dans le cadre de ce chapitre.

La prise en compte du contexte d'utilisation en design

La critique de Margolin sur la manque de cadres ou de théories utilisées en design pour comprendre les contextes d'utilisation est reprise dans un article d'Ingram, Shove et Watson en 2007.[600] Ces auteurs considèrent que les processus de consommation et d'utilisation des objets ne sont pas assez présents dans l'activité du design et se trouvent hors des cadres de référence habituelles pour des designers.

Au problème de la multiplicité de domaines concernés par les questions de contexte s'ajoute donc le fait que l'activité du design et la recherche en design ne semblent pas avoir réellement abordé la question de contexte. Les thèmes traités dans les chapitres précédents partent d'un regard plus près de l'humain, et plutôt sur une seule relation et sur la proximité avec un objet à la fois. Une grande partie des théories d'interaction en design sont hautement focalisées sur une interaction avec un objet singularisé.[601] Il n'est jamais question de l'agrégat, d'un ensemble d'objets et donc d'un regard plus distancé et plus large.

Dans un manifeste en 2006, Shove et Watson proposent le POPD (*Practice Oriented Product Design*) comme réponse à une activité de design qui jusqu'à là serait soit "*product centred*" et plus récemment "*user-centred*". Les approches "*user-centred*" (centrées sur l'utilisateur) seraient

---

[599] Love, 2002, Constructing a coherent cross- disciplinary body of theory about designing and designs: some philosophical issues, Design Studies, no.23, 345–361, Elsevier Science, London

[600] Ingram, Shove, Watson, Products and Practices: Selected Concepts from Science and Technology Studies and from Social Theories of Consumption and Practice, Design Issues: Vol23, no.2, Spring 2007, MIT press.

[601] Guy Julier, Design Practice within a theory of practice, Design Principles and Practices: An International Journal, Common Ground, Melbourne, Australia, 2007

focalisées sur des produits singuliers et des individus utilisateurs. Une approche par les pratiques (*practices*) permettrait un regard plus large sur le contexte, sur les "*routinised ways of doing, understanding, knowing, and desiring which comprise human experience and social structure at all scales*".[602] Ces auteurs signalent aussi que "*value does not reside in the product itself, nor in the meanings attached to it. Value emerges in practice, it is defined by relations between products, and between objects, skills, meanings and temporalities".* Ces théories encouragent une approche qui ne considère pas l'objet en l'isolant.

Théories des pratiques, "practice theories"

Un autre article, publié à la même époque des manifestes et articles de Shove et al (Julier, 2007), situe l'arrivée des "practice theories" en design en termes historiques. Issues essentiellement de la sociologie, ces théories permettent de résoudre deux écueils ou tendances en design: la volonté moderniste de standardisation avec une focalisation sur des objets pour des consommateurs homogènes, et l'approche post-moderniste avec la promotion de l'idée de l'individu avec ses gouts et ses expériences avant tout. "*Practice theory's dogged focus on ordinary, routine processes acknowledges the specificity and diversity of human activités rather than reducing them to single, aesthetic denominators*" (*ibid*, p9). Guy Julier espérait que ces théories pourraient aider à une meilleure conscience et à une appréciation plus savante des relations entre les biens matériels et les processus immatériels.

Ingram et al. affirment que les théories issues des études de sciences et technologies et les théories de la sociologie de consommation et des pratiques peuvent contribuer à une meilleur compréhension de la manière dont les objets influencent et sont influencés par leurs contextes d'utilisation (Ingram et al. p4). Ils sélectionnent cinq thèmes ou concepts issus des débats en sociologie et anthropologie pour leur pertinence dans l'activité du design; "*acquisition, scripting, appropriation, assembly et normalisation*". Parmi ces cinq thèmes, les trois derniers traitent réellement du contexte[603]. Les auteurs proposent le concept de "*practice*" comme moyen de relier les cinq concepts et de constituer un cadre pour analyser la relation entre objets, usages et formes de compétence.

---

[602] Elizabeth Shove & Matt Watson, Matt '*Practice Oriented Product Design Manifesto*' (brochure), 2006 "les façons de faire, comprendre, connaitre et desirer routinières que comportent l'expérience humaine et la structure sociale à toute les échelles".

[603] ibid, sous la thème d'*acquisition* nous trouvons dans les explications d'Ingram et al. les idées évoquées dans les chapitres précédents sur les possessions et soi, et sur les besoins. Ils font ainsi une focalisation sur ce que les auteurs décrivent comme "l'attribution sociale et culturelle de sens symbolique et la signifiante sémiotique d'acquisition et possession." Dans la thème de *scripting* il est question d'agency, et le "faire-faire" des objets, traité dans notre chapitre sur l'action et l'utilisation. Il s'agit à priori de l'utilisation des objets dans les pratiques, mais sans forcement prendre en compte un contexte plus large.

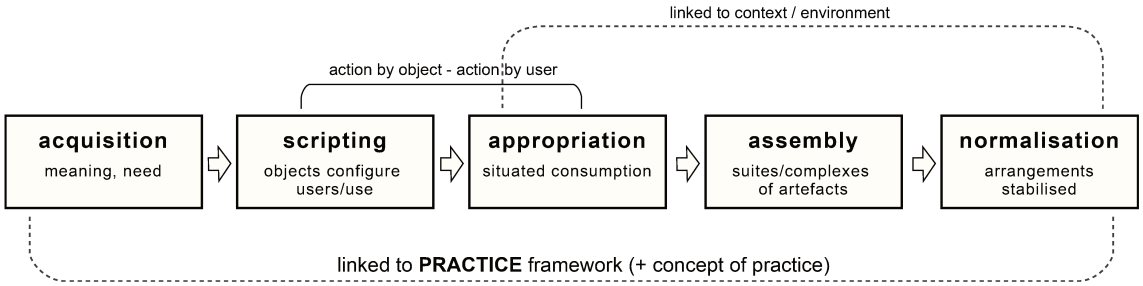


Figure 2,17 *Themes issues des sciences sociales en lien avec les théories de "practice", et aussi sequence dans l'intégration de l'objet, d'après Ingram et al, 2007*

Même si ces auteurs proposent de rassembler les concepts tel l'appropriation ou l'assemblage sous le titre de théories des pratiques, il semble préférable ici d'explorer d'abord ces thèmes avant de regarder plus en détail les cadres que proposent les "practice theories".

Appropriation et domestication

Le concept d'appropriation évoqué par Ingram et al. reconnaît la nature située de la consommation (Ingram et al, p5). Il s'agit de la manière dont les objets sont accommodés au sein du foyer et de la façon dont les consommateurs placent les objets symboliquement et matériellement dans des complexes de possession et de pratiques existants. L'appropriation des biens change nos relations envers eux et transforme les pratiques (Ilmonen, 2004). Illmonen utilise ce concept pour décrire la phase d'utilisation où les biens rentrent dans des routines et deviennent des sous-produits (*by-products*) de nos activités/pratiques. Un concept proche de l'appropriation est la notion de domestication, la façon dont un nouveau produit (se) trouve une place "écologique" dans le système matériel et social du foyer[604]. Les théories de domestication regardent les biographies des objets et prennent le foyer (household) plutôt que l'individu comme unité d'analyse. Les réseaux sociaux à l'intérieur mais aussi au-delà du foyer sont également pris en compte[605]. La domestication comme théorie était développée, en s'inspirant

[604] Sara Routarinne & Johan Redström, Domestication as Design Intervention, *in* Design Inquiries, Stockholm, 2007, citant le travail de Nieminen-Sundell, R & Pantzar, M 2003, ('Towards an ecology of goods: symbiosis and competition between material household commodities'. I. Koskinen, K. Battarbee & T. Mattelmäki (eds) *Emphatic Design. User Experience in Product Design,* Helsinki, IT Press, pp. 131–142.) et de Silverstone et al. 1992 (Silverstone R, Hirsch E, Morley D 1992, 'Information and communication technologies and the moral economy of the household'. Silverstone, R & Hirsch, E (eds), *Consuming Technologies – Media and Information in Domestic Spaces*, Routledge, London, 2003 edition, pp. 15-31). Dans leur étude, la domestication d'objets technologiques innovants passait par 1) une compréhension faite de liens avec des artefacts historiques/ existants, 2) grace à une construction de sens social, 3) en trouvant une place (*slot)* dans l'eco-system du foyer.

[605] Leslie Haddon. Empirical studies using the domestication framework, *in Domestication of Media and Technology*, eds. Thomas Berker, Maren Hartmann, Yves Punie & Katie Ward, OpenUP, 2006, p103 - 122

des travaux de Baudrillard, de Certeau et Miller dans les années 80[606], pour décrire les processus de consommation actifs et non passifs. De façon plus large, l'objectif était de trouver de nouvelles façons de regarder les changements socio-technologiques au niveau des espaces de vie les plus importants et les plus intimes.

It was an attempt too, naive perhaps, to link the way that we thought about our contemporary relationships to the objects and forces beyond immediate control to those consistencies in human history and culture which indeed, precisely through those relationships, defined our humanity, our capacity to be in the world. Domestication was something human beings did to enhance and secure their everyday lives…Domestication is practice. It involves human agency. It requires effort and culture, and it leaves nothing as it is. (Silverstone, R, 2006, p.23)

La domestication comme cadre théorique est surtout focalisée sur l'intégration des technologies d'information et de communication dans la sphère domestique. La domestication traite le processus de "*bringing things home*", de franchissement des frontières entre public et privé et de proximité et de distance. Silverstone évoque le principe (selon lui assez général) d'appropriation, qui contiendrait les dimensions ou étapes de "commodification, d'objectification, d'incorporation et de conversion".

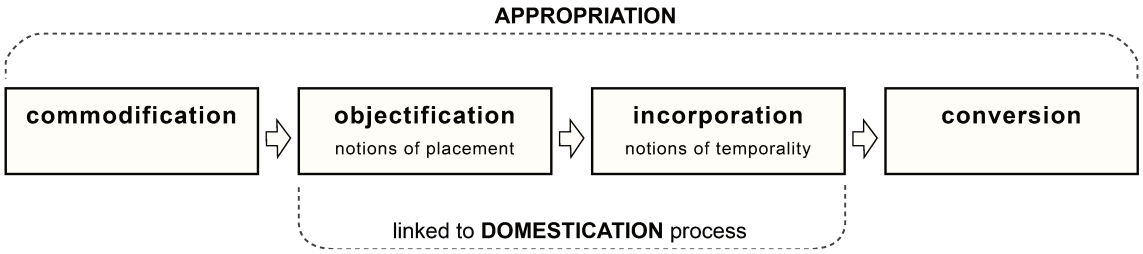


Figure 2,18 *Dimensions et/ou étapes dans l'intégration des objets, d'après Silverstone, 2006*

L'objectification et l'incorporation seront au coeur de la domestication car contenant les notions de placement pour la première et de temporalité (l'intégration des pratiques dans les *temporal patterns* de la vie domestique) pour la seconde. Ces deux phases sont aussi celles qui se passent seulement à l'intérieur du foyer. Les autres concernent l'arrivée de l'objet

[606] Roger Silverstone, Reflections on the life of a concept, *in Domestication of Media and Technology*, *op cit.* 2006, p229 - 248

(*commodification*) dans le foyer et puis les différentes façons dont l'objet peut de nouveau transcender les limites du foyer, par la discussion, par la présentation publique (*conversion*).[607]

La volonté de décrire les processus avec une temporalité, dans une dialectique constante de changements et de re-négotiations est ici précieuse. (Silverstone, 2006) Il est également intéressant de reprendre des éléments de la citation de Silverstone ci-dessus, la domestication est une pratique qui ne laisse rien inchangé, qui embellit et sécurise la vie de tous les jours, avec de l'effort. Les théories de domestication tentent aussi de (re) décrire un contexte, le foyer ou le chez-soi, qui ne peut plus être considéré comme singulier ou statique mais qui reste néanmoins important pour stabiliser la vie quotidienne.

Dans la conclusion faite par Silverstone sur la théorie qu'il a contribuée à établir, il est question de la réussite ou non de la domestication comme un rapport de force entre la défense d'un lieu personnel (un lieu privé moral avec un sens de soi et de ce qui a de la valeur) et les changements rendus possibles par la technologie. La domestication des technologies pourrait les empêcher d'apporter des évolutions (souhaitables ou non) aux vies des gens[608].

Modèle de temporalité de l'expérience

Il est intéressant de signaler que le cadre proposé par Silverstone et Haddon ci-dessus a inspiré un modèle de temporalité d'expérience (Karapanos et al, 2009) testé dans le cadre des relations aux I-Phones sur une période de 4 semaines et des relations aux téléphones portables sur une période de 6 mois[609]. Le cas de l'I-Phone semble paradoxal par rapport à la volonté de Silverstone d'étudier le rapport de force entre la défense du privé et les changements apportés par les technologies, mais pour Karapanos et al. il s'agissait d'une expérience de produit où les aspects non-instrumentaux (par exemple la stimulation et l'identification) sont mis en exergue. Ce modèle, illustré ci-dessous, Figure 2,19, tente de représenter à la fois une micro-temporalité (l'accumulation d'épisodes expérientiels par des mouvements du centre vers l'extérieur du

---

[607] Heidi Grönman, "Its ugly and thick" - Displeasing Design in private households, in conférence Design & Emotion, Gothenburg, Sweden, 2006

[608] Silverstone, p246 - 247; *In some senses domestication is, by definition, a process of moral defensiveness, and in so far as technologies are moulded to (or rejected by) private values in private cultures, then what is at stake is the preservation of the core of a personal world against all- comers…the question we could, and should be asking, one which this review of the concept of domestication perhaps surprisingly has led to is, how does such innovation enable a better world, and a more responsible and more sustainable relationship with the world which it now brings more and more radically into focus? In so far as domestication fully succeeds, it could also be said to be failing: for in its attempts at cultural anaesthesia, in its resistance to the radical possibilities and expectations at the heart of communication change, it blunts the force of the moral claims intrinsic to innovation in technology*

[609] Evangelos Karapanos, John Zimmerman, Jodi Forlizzi, & Jean-Bernard Martens, Measuring the dynamics of remembered experience over time. Journal: Interacting with Computers, 2010

modèle), des phases plus longues dans l'adoption du produit (orientation, incorporation et identification) et des forces motivant les transitions à travers ces phases (la familiarité, ensuite la dépendance fonctionnelle et puis l'attachement émotionnel).

Il faut néanmoins garder à l'esprit que ce modèle exprime l'adoption d'un produit, et dans le cas des tests décrits par Karapanos et al. (2009 et 2010) il s'agit surtout d'une illustration du premier mois de l'expérience. La nature du produit testé influence l'importance donnée à l'identification, "la participation du produit dans nos interactions sociales, et la communication de notre identité". La conclusion de Karapanos et al. (2009) semble temporiser aussi l'importance donnée à l'identification, car ils préconisent finalement comme directions pour HCI *designing for meaningful mediation, designing for daily rituals* et *designing for the self*. L'utilité et les actions du quotidien sont ainsi autant valorisées que l'identification de soi.

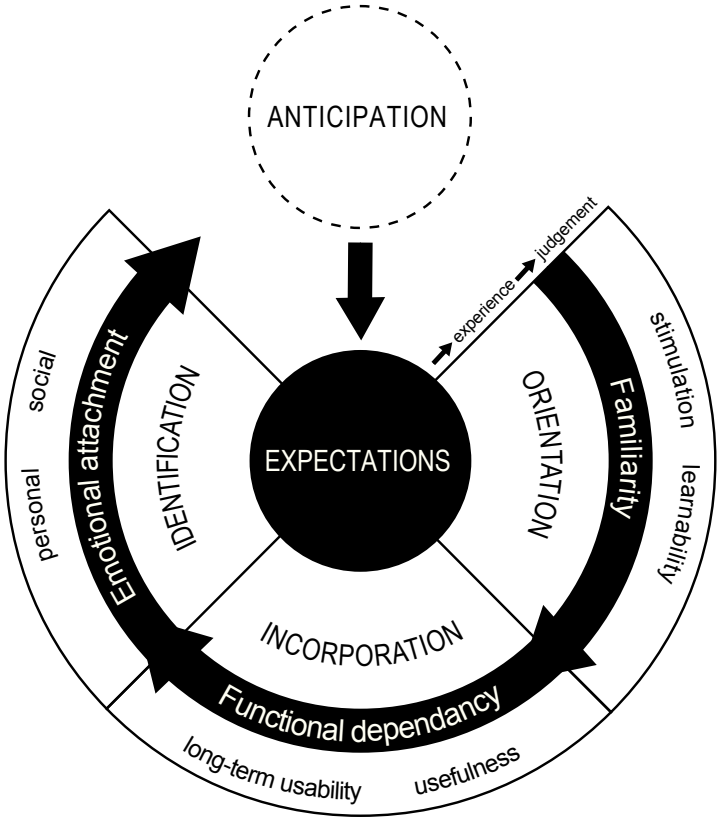


Figure 2,19 *Modèle de la temporalité de l'expérience, adapté de Karapanos et al, 2009*

Appropriation, assemblage et normalisation

La définition d'appropriation utilisée par Ingram et al. (dans leur revue des pratiques citée plus haut [610]) est très proche de celle de Silverstone pour la domestication: une adaptation et une modification des fonctions des objets (technologiques) pour les intégrer dans les pratiques des individus. Les paramètres de ces termes ne paraissent pas clairement définis et semblent se chevaucher. Flint &Turner[611] signalent que l'appropriation est devenue une formulation "parapluie" dans les technologies digitales et l'UX, pouvant couvrir des idées comme la customisation, la personalisation et de design *do-it-yourself* parmi d'autres. La nature même des technologies digitales fait que les artefacts évoluent par une forme de *design-in-use*[612], la manière dont les gens les intègrent dans leurs pratiques[613]. Flint et Turner (2016) citent aussi Salovaara (2008[614], 2011), pour qui l'appropriation implique une modification de notre compréhension conceptuelle et pratique d'une technologie. Ils insistent aussi sur le fait qu'il s'agit de perception et de cognition "*enacted*", la pensée en action (*thinking in action*).

"*Assembly*" et "normalisation"sont les deux derniers thèmes proposées par Ingram et al. qui concernent le contexte et l'environnement de l'objet, listés plus hauts. Le thème de normalisation s'éloigne a priori de la question des relations aux objets au sein du foyer, pour regarder comment de nouveaux produits et activités deviennent "normaux". Il est donc question de l'évolution du statut des objets dans un environnement ou un marché plus large[615] et de la stabilisation d'une pratique. Cette question a forcément beaucoup de répercussions pour le design des objets. L'objet de rupture innovant, l'objet à la mode et l'objet devenu standard ne peuvent pas être conçus de la même manière. En termes de relations pérennes, la normalisation devient avant tout une question d'environnement social et symbolique. Mais il ne faut pas perdre de vue, comme le signalent Ingram et al., que les dynamiques d'innovation et de normalisation sont instables et que certaines pratiques et activités peuvent aussi ne pas se normaliser ou disparaître. Les objets liés à

---

[610] Ingram et al, 2007, p10. Il est important de noter que les termes appropriation et domestication ne sont pas toujours utilisés avec les mêmes définitions et sont parfois interchangeables, cf; Weber H. 2006, On "DOMESTICATION" or: Who is domesticating what or whom? article pour un workshop à l'université de Lancaster

[611] Tom Flint & Phil Turner, Enactive Appropriation, in *AI & Society*, Volume 31, Issue 1, February 2016, pp 41 - 49

[612] Flint & Turner, 2016 citant Belin, A and Prié, Y (2012) DIAM : Towards a Model for Describing Appropriation Processes Through the Evolution of Digital Artifacts. Proceedings of DIS '12: Proceedings of the Designing Interactive Systems Conference 2012, June 11-15, 2012, Newcastle, UK, 645-654

[613] ce qui constitue forcement une source d'information et donc de recherche précieuse pour les concepteurs.

[614] Salovaara, A. (2008) Inventing New Uses For Tools: A Cognitive Foundation For Studies On Appropriation. Human Technology, 4(2), 209–228, cité par Flint & Turner, 2016

[615]Ingram et al, 2007, citant l'étude de W.Bijker sur "The Social Construction of Fluorescent Lighting or How an Artifact Was Invented in its Diffusion Stage", in *Shaping Technology Building Society*, W.Bijker and J.Law, MIT Press, 1992

l'activité pouvant dans ce cas se trouver orphelins. Cette notion d'objets liés à une activité introduit l'autre thème de l'assemblage cité ci-dessus.

Dans le thème de l'assemblage (*assembly*), il y a, d'un côté, une partie du processus de domestication, la façon dont un objet trouve sa place "écologique" à l'intérieur d'un groupement d'objets et de l'autre, l'idée de l'assemblage des ingrédients matériels et symboliques de la vie quotidienne (Ingram et al 2007). Ce second niveau, plus large, moins directement pertinent pour notre étude, concernerait par exemple, des "complete lifestyle packages" de cohérence symbolique et matérielle, des modèles (*templates*) imaginés d'organisation de la vie familiale. Il y est clairement question, comme le signalent Ingram et al., d'écologies de produits complexes en évolution où il faut prendre en compte les lieux de conjonction et de coordination au sein du foyer comme les aspects temporels des relations entre personnes, produits et pratiques.

L'assemblage concerne aussi les groupements de produits (qui fonctionnent ensemble par exemple) et des groupements par pratique ou par activité. L'identification d'une pratique ou d'une activité spécifique donne potentiellement un cadre pour comprendre les constellations et dépendances qui lient les objets, les environnements, les systèmes et les utilisateurs.[616] Julier (2007) propose de regarder des "suites d'objets contingents". Un premier niveau de contingence concernerait des objets inter-dépendants dans leurs fonctions primaires (brosse à dent et dentifrice par exemple), un deuxième niveau concernerait le non-essentiel, ce qui facilite l'utilisation élargie des objets (le gobelet qui contient les brosses de la famille et permet leur identification et leur séchage).

Les thèmes comme la normalisation ou l'assemblage semblent plus proche de l'approche des structures en practice theory que les thèmes de l'appropriation ou de la domestication qui traitent l'intégration d'un objet ou d'une technologie spécifique dans un environnement domestique. Il semble y avoir une différence essentielle de focalisation: sur le processus d'intégration d'objets (physiques, medias, nouvelles technologies surtout) dans un lieu (l'espace physique et le groupe de personnes) pour la domestication, ou sur/par l'activité ou pratique dans le "practice theory".

Dans une évaluation de l'apport des "practice theories" en 2017, Davide Nicolini propose que ces approches soient considérées comme moyen pragmatique pour re-spécifier l'étude et la présentation des phénomènes sociaux. La médiation des pratiques permettrait d'aborder ces phénomènes en termes de réseaux, d'assemblages et de textures de ces pratiques. Le but étant un

[616] Julier 2007, p11

nouveau regard sur "*all things social*" par la mise en avant de l'activité (work), de la matérialité, du processus et des connaissances (*knowledgeability*)[617].

Théories de pratiques comme approche méthodologique

Le *practice theory* utilise comme unité d'analyse fondamentale les pratiques[618] mais, au delà de ce point, il n'y a pas de version acceptée de cette théorie. Il faut plutôt la considérer comme une collection d'éléments théoriques[619] et comme un type d'approche méthodologique[620]. La définition le plus souvent citée pour l'élément central de l'approche méthodologique, la pratique elle-même, est:

> *a routinized type of behaviour which consists of several elements, interconnected to one another: forms of bodily activities, forms of mental activities, 'things' and their use, a background knowledge in the form of understanding, know- how, states of emotion and motivational knowledge.*[621]

Une autre définition largement reprise, par Schatzki[622] considère les pratiques comme

> "*open and spatially, temporally dispersed sets of doings and sayings organised by common understandings, teleology (ends and tasks) and rules"*.

Nicolini propose de considérer les "practices" comme des *"mediated object-oriented performance[s] of organised set[s] of sayings and doings"*. Ces performances deviendraient des pratiques dès qu'elles auraient une histoire, une consistance sociale et par voie de conséquence une dimension normative perceptible. Il est peut-être important de noter ici que l'expression "*doings and sayings*" suggère qu'il s'agit d'actions qui peuvent faire l'objet d'une description orale, qui peuvent être nommées.

Une simplification proposée par plusieurs auteurs, en lien avec l'utilisation des théories de pratique en design est de considérer les practices comme des ensembles d'éléments interconnectés et dont les éléments peuvent être organisés en trois familles: "*skills, stuff and images*" ou matériaux, compétences et significations (*materials, competences and meanings*).

---

[617] Davide Nicolini, Practice Theory as a Package of Theory, Method and Vocabulary: Affordances and Limitations, *in Methodological Reflections on Practice Oriented Theories*, Eds: Michael Jonas, Beate Littig, Angela Wroblewski, Springer International 2017, p 19-34

[618] Lenneke Kuijer, *Implications of Social Practice Theory for Sustainable Design*, thèse doctorale soutenue au TU Delft, NL. 2014

[619] Sabine Hielscher, Are You Worth It? A Practice-Oriented Approach to Everyday Hair-Care to Inform Sustainable Design and Sustainable Consumption Practices, thèse doctorale soutenue à Nottingham Trent University, UK 2011

[620] Nicolini, 2017, p25 "*practice theory is not a theoretical project (in the traditional sense), but a methodological orientation supported by a new vocabulary*"

[621] Reckwitz, A. The status of the "material" in theories of culture: From "social structure" to "artefacts". Journal for the theory of social behaviour, 32, 195-217, 2002, cité par Kuijer, 2014

[622] Nicolini, 2017, décrivant la définition de Schatzki 2002

(Kuijer, 2014, voir figure 2,20) L'émergence, la persistance et la disparition des pratiques dépendraient des liens entre ces éléments qui ne sont pas (forcément) des catégories fixes et qui s'influencent mutuellement.

Le rôle des objets matériels n'est pas central dans ces théories et constitue un point sur lequel les avis divergent. Kuijer (2014) signale que dans beaucoup de voies de ces théories les objets apparaissent à peine et elle cherche à identifier les voies où les objets ont un rôle important identifié.

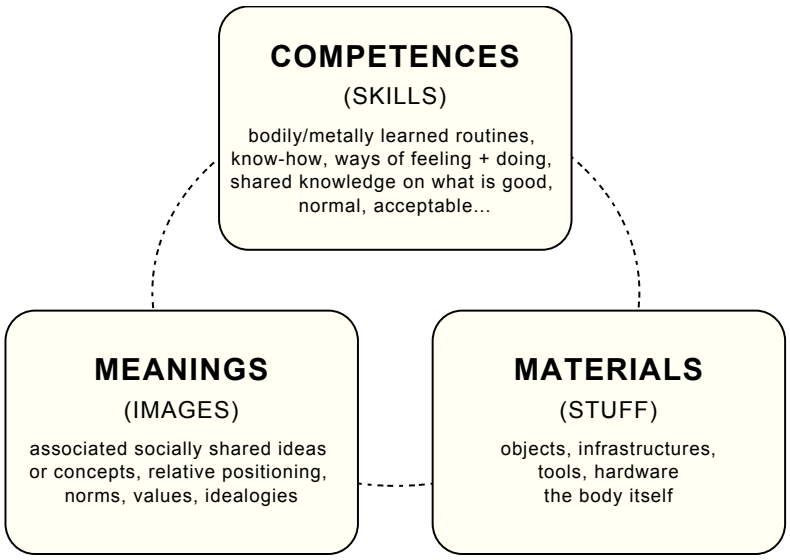


Figure 2,20 *Adaptation du modèle "Images, skills, stuff" de Kuijer d'après Shove et al. (2005 - 2007)*

Le modèle illustré ci-dessus (Figure 2,20) laisse une place au matériel où le corps humain et les objets sont traités ensemble: une des fonctions partagées est celle de lieu de connaissance matérialisée. Des éléments de la pratique résident dans les actions apprises par des humains et sont facilités, organisés et contraints par la matérialité spécifique des objets. Les objets peuvent transformer les pratiques mais, à travers leur intégration dans une pratique, ils peuvent matérialiser ou incorporer des connaissances spécifiques et être transformés à leur tour. Kuijer signale également (citant Latour, 1992, 1993[623]) que les objets permettent la reproduction sociale des pratiques au-delà des limites spatiales et temporelles. La persistance matérielle des objets leur permet aussi de connecter différentes performances d'une même pratique. (Kuijer utilise

[623] Bruno Latour. Where are the missing masses? The sociology of a few mundane artifacts. In: Bijker, W. E. & Law, J. (eds.) Shaping Technology/Building Society: Studies in Sociotechnical Change. Cambridge: The MIT Press. 1992. et Latour. 1993. We Have Never Been Modern, Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press cité par Kuijer, 2014

l'exemple d'un même vélo qui peut être lié à l'activité de se rendre au travail ou pour les activités de loisir). Certains objets peuvent aussi participer à plusieurs pratiques différentes.[624]

Sans forcément donner une place centrale aux objets, les théories de pratiques les situent toujours en lien avec l'humain à l'intérieur d'une action. Les pratiques sont des activités corporelles devenues routinières, apprises avec le temps par des performance répétées. Dans la définition de Reckwitz (2002), la description de conscience pratique est "toutes choses que les acteurs savent tacitement sur comment avancer dans les contextes de vie sociale sans pouvoir leur donner une expression directe discursive"[625]. Celle-ci nous amène à nous demander si la pratique peut être une routine inconsciente ou sous-consciente. Kuijer cite également la position de Shove et al. (2012) où la pratique est "*whatever actual and potential practitioners recognize as such*". Mais il semble peut-être plus utile d'admettre la possibilité de routines et d'interactions avec des objets, conscientes *et* inconscientes, reconnaissables *et* non-reconnaisables. Cette position semble également plus juste par rapport à l'élément central des pratiques qui sont des "performances". Si une pratique, selon ces théories, peut avoir une "entité": sa dimension durable et identifiée, elle a surtout une dimension d'activité ou de performance: les instances individuelles d'une entité qui vont être différentes chaque fois et peuvent évoluer. Il semble difficile d'envisager ces performances qui garantissent la pérennité et l'évolution des pratiques comme des activités toujours et/ou majoritairement conscientes[626]. Cette vision est aussi confirmée par d'autres auteurs considérant que ce qui caractérise la "*social practice theory*" est une vision de la consommation moins consciente (que celle des théories issues de la psychologie sociale) et formée plutôt par les habitudes et les routines[627]. Elle confirme aussi que le concept de "practice" signale des activités qui sont situées, corporelles et formées par les habitudes sans réflexion (Thévenot, 2001).

Temporalité dans les théories des pratiques

Les théories des pratiques introduisent plusieurs notions de temporalité en lien avec les objets. Silverstone (2006) lie la phase d'incorporation à la temporalité. L'activité devient routine. Elle

---

[624] il peut être intéressant de lier ce point avec l'approche de design "Déspécialisé" - de l'agence d'architecture ggsv déjà mentionnée (Section 1.chapitre 1,8). Il s'agit d'une tentative de design plus soutenable où les objets permettent de multiples usages car n'ayant pas de détails trop spécifiques à une seule utilisation (ou pratique).

[625] Kuijer, p29 citant aussi Giddens, 1984, Theory of Structuration, ce qui semble en opposition avec l'expression et définition "doings and sayings" mentionné plus haut dans de Schatzki et Nicolini

[626] Hielscher, 2011, commente (p37) que *change does not necessarily require discursive consciousness, as the regular performance of practices can bring about change*.

[627] Laura Piscicelli, Mariale Moreno, Tim Cooper and Tom Fisher, The Individual-Practice Framework as a design tool to understand consumer behaviour, chapitre dans Sustainable Consumption (journal), Springer, p35 - 50, 2016

est apprise par le corps par la répétition, par un passage de temps avec l'objet, par des performances réitérées. La pratique en tant qu'entité normalisée a aussi une histoire et une durée. Cette dimension est nommée la "carrière" d'une pratique. L'histoire et le passé d'une pratique peuvent avoir une incidence au moins symbolique sur la relation aux objets matérialisant la pratique. La durée de la pratique peut aussi avoir une incidence. Nicolini (2017) décrit les pratiques comme des regimes durables de performance, où une certaine normativité ou un sens du "*right and wrong way of doing things*" va émerger. Ce sens de la bonne façon de faire pour toute pratique peut bien-sûr évoluer et même disparaître, influençant potentiellement la relation aux objets qui materialisent la pratique et y participe.

Les performances deviennent "*practices*" quand elles ont une histoire, une consistance et donc une dimension normative perceptible. (Nicolini, 2017). Tout en utilisant le terme "*Social Practice Theory*" dans sa thèse sur l'implication de ces théories pour le design soutenable, Kuijer précise, suivant Reckwitz (2002), que le fait de parler de pratiques sociales est une tautologie car les pratiques sont partagées socialement de façon inhérente. Une pratique est sociale dans le sens où elle est partagée et pratiquée par différentes personnes dans les lieux et temporalités différents. Il s'agit d'une forme de comportement et de compréhension (socialement) reconnus.

Actions individuelles et régimes de familiarité

Cet aspect social et normatif ne permet pas forcément de bien décrire et comprendre les actions individuelles. Thévenot (2001) dispute la capacité des théories "sociales" à refléter les pratiques d'accommodation individuelle à l'environnement domestique. Les modes d'intervention et agentivité (*agency*) engagées dans des circonstances locales ou individuelles et celles orientées vers le général ou le public seront très différents. Il cite des exemples de "*familiarisation*" et d'ajustement des individus pour leur convenance personnelle du "chez soi" qui sont loin des pratiques collectivement reconnues (et qui rendraient probablement l'adaptation à l'environment domestique difficile pour un invité, par exemple). Thévenot identifie trois "régimes pragmatiques" ou styles d'engagement avec l'environment matériel. Son "régime de familiarité" semble rejoindre certaines définitions de pratiques, vues ci-dessus, d'actions corporelles répétées hors du discursif ou de la réflexion.

> *..the regime of familiarity rests on an accustomed dependency with a neighbourhood of things and people…a careful tuning with a nearby environment. Reality is not sliced into clear-cut objets which are ready-made for a regular utilisation in accordance to their*

> *functional design. Things are worn out and fashioned by personal use. Fragmentary and deeply anchored clues of "information" are laid down in a web of uses."* (Thévenot, 2001)

La notion de "familiarité" semble très utile. Elle implique une forme de relation où l'objet n'est pas clairement délimité, où l'objet s'éloigne de sa fonction et de sa définition de départ, où l'information, les compétences et les "*meanings"* sont inscrits dans un réseau d'usages.

De façon très pragmatique, et partant du même constat de Thévenot, Piscicelli et al. (2016) proposent un modèle nommé "*individual practice framework*" pour compléter les approches de "practice-oriented-design" car ces dernières ne prendront pas assez en compte l'individuel et son contexte personnel. Leur proposition, spécifiquement proposée comme méthodologie de projet en design, est de combiner une analyse suivant le cadre des théories de pratiques avec une analyse des spécificités des comportements individuels situés.

Scènes d'action et background

Les approches "practice-based" sont, selon Nicolini, 2017, fondamentalement d'ordre méthodologique et doivent viser un travail cumulatif, combinant différentes stratégies dont l'étude des pratiques individuelles. Les stratégies plus importantes encore, selon Nicolini, sont l'interrogation des "scènes d'action" et l'investigation des co-évolutions, conflits et interférences de deux ou plusieurs pratiques.

Ces deux aspects importants pour une approche "practice based" se trouvent également dans le manifeste pour un "*Practice Oriented Product Design*" (POPD) de 2006[628]. Avec une orientation forcément beaucoup plus tournée vers les produits, les auteurs clament que (ce) design est situé et situationnel (*"situated and situational"*) et que cette approche s'attèle aux (*attends to*) relations entre produits et non aux objets isolés "*no object is an island*".

La façon dont les objets ne sont pas isolés est précisée par Shove dans une nouvelle compilation d'articles sur les théories de practice de 2016. "*Things in the background are of necessity tied to things in the foreground and to the ongoing mobilisation of things in action*[629]. Julian Thomas (Thomas, 2006) rappelle, suivant Heidegger, que l'objet est relié à un réseau de référence et de connection et que notre compréhension quotidienne est plutôt faite de ces totalités, contextes, projets et relations. On ne distingue pas forcément l'objet de son "background". Pour Shove (2016)*"things that have an infrastructural relation to a practice*

---

[628] Shove and Watson, 2006

[629] Elizabeth Shove, Matters of Practice, chapitre *in The Nexus of Practices: Connections, Constellations, Practitioners*, Eds. Allison Hui, Theodore Schatzki, Elizabeth Shove, Taylor & Francis, 2016, p158

[are] those which are necessary but that are not interacted with directly….When infrastructures become invisible in daily life, that is when they are functioning normally". Le terme "infrastructure" peut couvrir ce qui est relié à l'objet dans son environment physique tout comme ce qui est relié de façon plus éloignée. L'invisibilité de ce qui est physiquement présent, l'infrastructure matérielle proche, n'a pas la même importance ou incidence que celle de l'infrastructure plus éloignée. Sur ce deuxième niveau, il est, peut-être, plus utile d'employer les principes de parties de réseaux "*blackboxed*"[630] que nous traiterons ci-dessous.

Les infrastructures matérielles de premier niveau (ou plutôt "contextes matériels") sont capables de médiation et de transformation de notre perception[631] mais comme elles sont souvent cachées et multiples (*ubiquitous*), elles entrainent un traitement insuffisant dans les théories de practice[632]. Aux termes "invisibles" ou "cachés", il peut être intéressant d'ajouter un troisième. Dans le contexte d'un réseau de choses[633] et de pratiques, les choses se révèlent pour le plupart, sans avoir besoin d'explication, comme toujours-déjà compris (*always-already understood*) (Thomas, 2006). Les choses ne sont pas forcément cachées ou invisibles mais plutôt comprises, donc enregistrées. On pourrait dire "captées" sans attention.

Une étude menée à partir d'extraits de journaux intimes (*diaries*) par Rinkinen et al[634]. (2015) donne une description utile sur ce contexte. Ils utilisent le terme d'un "plus passif milieu matériel" se trouvant autour des objets-outils actionnables. Cet environnement n'est pas organisé autour de combinaisons possibles d'humain + outil mais n'est pas non plus peuplé d'éléments dormants. Les objets dans les "practices" *switch from latent background to foreground and back again, the diarists describe object-worlds that are constantly in flux".*

Un exemple hors des théories de pratique semble confirmer cette vision. Dans sa thèse sur la tendance à garder des objets, Valérie Guillard (2009) décrit les réseaux dans lesquels s'inscrivent les objets structurant le quotidien des individus. Il serait impossible pour une personne de savoir par avance l'empreinte que laisse l'objet chez elle. L'absence de l'objet va seulement être remarquée à travers son absence au sein du réseau. La réadaptation à l'absence de l'objet passe

---

630 Bjørnar.Olsen, Material Culture after Text: Re-Membering Things, Norwegian Archaeological Review, Vol. 36, No. 2, 2003, sur "Network Theory"

631 Yolande Strengers, Bridging the divide between resource management and everyday life, thèse doctorale soutenu à RMIT, Melbourne, Australie, 2009, suivant Verbeek, P-P. 'Acting artifacts: the technological mediation of action', in P-P Verbeek & A Slob (eds), *User Behavior and Technology Development: Shaping Sustainable Relations between Consumers and Technologies*, Springer, [The Netherlands], pp. 53-60, 2006

632 *ibid*, p46

633 Thomas, 2006, utilise le terme "entities" mais dans un sens qui semble traiter des choses, plutôt que le sens d'entité dans "practice as entity".

634 Jenny Rinkinen, Mikko Jalas & Elizabeth Shove, Object Relations in Accounts of Everyday Life, in Sociology 1-16 - Special Issue on Sociologies of Everyday Life, 2015

aussi par ce contexte de réseau.[635] Ici aussi, il semble se présenter une notion de réseau qui dissimule mais qui peut aussi révéler l'objet.

Pour essayer de synthétiser (de façon certainement très réductrice) les éléments ci-dessus, cet environnement, ou scène d'action physique, n'est pas forcément invisible ou caché mais constitue un background semi-passif et compris d'avance à partir duquel l'objet ou les objets d'une pratique vont s'avancer et reculer. [636]

Intersections et réseaux

A l'intérieur d'une scène d'action, il est presque toujours question d'une intersection ou d'un noeud de plusieurs pratiques (Nicolini, 2012). Ces groupements, "*nexuses*" (Scollon & Scollon, 2004[637]), *bundles* ou complexes peuvent aussi être des "systèmes de systèmes" qui constituent une "practice" complète (Hielscher, 2011, citant Shove, 2003). Chaque pratique est liée à de nombreuses autres pratiques ou en contient. De ce fait il y a une notion d'échelles très variables. Chaque sous-ensemble peut également stabiliser ou déstabiliser la pratique (Hielscher, 2011). Les pratiques peuvent aussi se chevaucher (*overlap, spill over*, Kuijer, 2014) et s'influencer mutuellement. L'inter-connectivité et la multi-relationnalité sont une partie essentielle de l'approche des théories de pratique. Nicolini indique que l'analyse de ces croisements et des lieux de compétition, d'interférence ou de conflit entre pratiques peut créer une approche méthodologique très utile. Ils permettent, en effet, de voir l'évolution et les effets des pratiques. Ces contextes croisés et chevauchants (de pratiques) peuvent aussi constituer un élément intéressant à prendre en compte pour la pérennité des relations aux objets.

Les théories de réseaux partagent avec la "practice theory" la volonté d'éliminer les séparations entre humain/non-humain, acteur/système, social/matériel (Latour 1991, Nicolini 2017) et sans passer par la notion de pratique, permettent de décrire autrement les contextes complexes, ou la complexité des contextes. Latour [638](2005, p177) décrit;

---

[635] Guillard, thèse, p39, suivant Tisseron 1999 et Julien et Rosselin, 2005

[636] Ici il est question à priori de scène d'action. Les notions de "field et "habitus" sont beaucoup plus larges et ne vont pas nous concerner ici. Julier, (2007) commente par exemple le: *field of practice = setting for the rules* d'après Warde (Warde, Alan (2004) 'Practice and Field: Revising Bourdieusian Concepts', Centre for Research on Innovation and Competition Discussion Paper 65, Department of Sociology, University of Manchester et Warde, Alan (2005) 'Consumption and Theories of Practice', *Journal of Consumer Culture* 5(2): 131-53) et Bourdieu, (1974, Outline of a Theory of Practice, Cambridge University Press.)

[637] cité par Nicolini, 2012, p28

[638] Bruno Latour, *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. Oxford: Oxford University Press. 2005. p177

> *a star-like shape with a center surrounded by many radiating lines with all sorts of tiny conduits leading to and fro. The Wolf of Context could gulp down an interaction, but not such a long, flat, folded net in which he would instead find himself fully ensnared.*

Cette approche consiste à chercher des associations[639] ou des liens, à considerer qu'il y a un réseau de liens entre acteurs (humains, objets, messages…) de statuts très différents. Toute chose peut devenir acteur par inclusion au réseau et par l'assignation de capacités d'agir. (Olsen, 2003, p.98) Les réseaux sont compris comme étant rarement stables mais pouvant le devenir en présence de certaines technologies ou objets. Cette stabilisation survient quand certaines parties du réseau, importantes pour le fonctionnement, deviennent cachées ou "*black-boxed*" et que la focalisation est sur une petite partie de ce réseau (Olsen, 2003, p99, Latour 1991, p122/123[640]).

Les théories de réseaux (ou ANT - *Actor Network Theory*) ou de sociologie des associations étaient créées a priori comme réaction à une sociologie plus rigide ne pouvant pas exprimer les évolutions, par exemple technologiques, dans la société. Il s'agirait d'une approche plus apte pour des situations d'innovations et de situations non-stabilisées; "*as soon as things accelerate, innovations proliferate, and entities are multiplied*" (Latour, 2005 p12). Le sujet de notre étude n'est pas forcément les relations avec les objets technologiques ou innovants mais il s'agit bien (de contextes) d'entités multiples et, peut-être, aussi d'attitudes innovantes ou en évolution à l'égard des objets.

Un autre aspect important de ces approches est d'aborder de façon moins catégorique l'hierarchisation d'éléments et liens d'une situation ou d'une activité. Le réseau (ou situation) contient des "incertitudes" d'identité des acteurs, d'agents et des buts des actions, et aussi des incertitudes sur la nature et l'agentivité des objets (p22, Latour, 2005)[641]. L'objet est considéré comme ayant un lien poreux avec ce qui l'entoure; "*dissolving the difference between that which mutates and the surroundings in which an innovation mutates*"(p117, Latour, 1991).

---

[639] *ibid,* Un des noms donné par Latour pour la Network Theory est *sociology of associations*

[640] Bruno Latour, *Nous n'avons jamais été modernes. Essai d'anthropologie symétrique*. Paris: La Découverte. 1991

[641] ANT commence à être repris dans la domaine du design, en tant que démarche méthodologique, pour mieux aborder le réseaux d'acteurs dans un contexte de co-design ou design participatif - eg. Storni et al, 2015, Designing Things Together: Intersections of Co-Design and Actor Network Theory, in CoDesign, International Journal of CoCreation in Design and the Arts, Volume 11, 2015

Limitations et objets matériels

L'inspiration des notions de réseaux ou "*network theories*" vient en partie du travail de Deleuze et Guattari[642]et de l'image du rhizome[643]. Tim Ingold décrit un "*ever-ramifying web of lines of growth*" et dit préférer l'image du mycélium des champignons pour décrire le caractère fluide des liens qui seront des lignes de devenir, permettant un flux de matériaux. Pour Ingold, également, (voir aussi Hodder[644]), la chose elle-même (*thing*[645]) n'est pas une entité fermée aux extrémités mais doit être considérée comme un noeud dont les fils trainent au delà et s'accrochent sur les fils d'autres noeuds. Ingold parle d'objets qui fuient ("*leak"*) "*forever discharging through the surfaces that form temporarily around them"* et propose à la place de "l'agentivité des objets" la 'vie des choses'.

La cruche, suivant l'exemple célèbre de Heidegger, fabriquée en terre, se tenant debout, contenant de l'eau et comblant la soif semble, selon Hodder (2012), posséder de l'agentivité en aidant les humains, en agissant comme délégué. Mais Hodder signale que les analyses basées sur l'agentivité échouent à prendre en compte la cruche comme objet matériel;

> *They say little of the different types of clays and temper that make a jug able to hold water. They say little about how the burnishing of the pot surface works to make the fabric more water-tight. They say little about how some types of pot fabric and pot firings would gradually lead to leaks in the jug so that it could not function, or how some jug handles or forms of handle attachment would not have the strength to hold a jug full of water.*[646]

Ces aspects matériels vont aussi influencer et modifier l'action humaine or, dans les théories de réseau, il y aura un manque d'intérêt pour des relations entre objets matériels: de la nature même des objets, leur nature limitée et non-permanente, leurs processus de perte et de dégradation (Hodder, 2014). Si les humains et non-humains sont entremêlés, les changements matériaux deviennent importants car ils peuvent emmêler les êtres humains et les obliger à des réponses et à des ajustements (Hodder, 2014, p24). Il y aura également une manque de prise en compte des écologies (purement) non-humaines, peut-être créées par la focalisation sur des questions sociologiques et par une volonté de symétrie entre actants.

---

642 Tim Ingold, Bringing Things to Life: Creative Entanglements in a World of Materials, ESRC National Centre for Research Methods NCRM Working Paper Series, no.05/10, 2010

643 Latour, 2005 commente qu'un autre nom pour remplacer actor-network-theory imaginé était *actant-rhizome ontology*

644 Ian Hodder, *Entangled: An Archaeology of the Relationships Between Humans and Things*, John Wiley & Sons, 2012. Hodder différencie entre; *entities (bounded essences) and objects (that stand up against humans) [that] can only be known by humans through their character as things (that gather humans and other things into heterogeneous mixes)*

645 partant de Das Ding de Heidegger, comme ce qui réunit, en termes d'étymologie

646 Hodder 2012, citant Schiffer, 1999

Au delà de ce manque de prise en compte des contraintes matérielles, Hodder n'accepte pas non plus la symétrie du côté de l'acteur humain proposée dans les théories de réseaux. Si l'humain est une chose, selon Hodder (2012, p9) il s'agit d'une chose d'un type très particulier "*one that has developed a very large and complex nervous system, body and mind thoroughly dependent on other things to exist*." Cette dépendance des humains mêne vers ce que Hodder nomme les *entanglements* (entremêlements) entre humains et choses (Hodder, 2012, 2014, Löfgren 2014[647], Ingold, 2010, Highmore, 2011[648])[649].

Hodder (2014) défini "l'*entanglement"* comme la somme de quatre types de relation entre les humains et les choses;

humans depend on things (HT)
things depend on other things (TT)
things depend on humans (TH)
humans depend on humans (HH)
thus entanglement = (HT) + (TT) + (TH) + (HH)

Hodder signale à la fois le sens positif et négatif que peut avoir l'idée de dépendre de quelque chose[650]. Il note que nous arrivons le plus souvent à vivre relativement sans conscience de la complexité de quoi et de qui nous fournit mais que nous sommes néanmoins profondément emmêlés dans la vitalité des choses et dans les assemblages de leurs relations.

Cette vue du contexte mélangé d'humains et choses comme plus contraignante, ce qui emmêle et ce qui rend dépendant, semble très importante pour la suite de notre recherche. Elle aborde une facette des relations plus longues avec les objets/choses. Ce contexte d'*entanglements* éclaire aussi une des parties paradoxales des relations aux objets. On peut, par ce contexte d'entremêlement, arriver à des raisons, comme évoque Hodder, "*to be shorn of them*" (être débarrassé des objets/choses).

Les voies de recherche représentées ici par Ingold et Hodder font partie d'un ensemble de travaux en anthropologie et géographie culturelle, entre autres disciplines (voir aussi par exemple

---

[647] Orvar Löfgren, The Black Box of Everyday Life, Entanglements of Stuff, Affects, and Activities, Cultural Analysis vol.13. p. 77-98, University of California Press, 2014

[648] Ben Highmore, *Ordinary Lives, Studies in the Everyday*, Routledge, London & New York, 2011

[649] Le terme "entanglement" semble assez présent dans l'archéologie et l'anthropologie - mais plutôt utilisé pour décrire les actions des peuples hors de l'Europe. voir refs dans Hodder, 2014

[650] Hodder, 2014, pp20-21, utilise le mot *dependence* pour s'appuyer sur quelque chose, et *dependency* pour le cas ou l'un ne peut pas fonctionner sans l'autre. Cette différentiation ne correspond pas forcement à des définitions dictionnaires de ces deux mots, où souvent *dependence* (=addiction) a une connotation plus négative que *dependency (*=dépendence*)*.

Non-Representational Theory[651], *Affect Theory*[652], *New Materialism*[653]). Elles sont peu reprises dans la recherche en design[654] mais apportent de nouvelles façons d'aborder les rapports aux ensembles de "stuff" de la vie quotidienne. Ces voies peuvent éclairer les questions de rapport matériel aux objets dans la durée, dans les chapitres suivants.

Les théories "*practice-oriented*" ont commencé à être reprises par le design pour leur capacité à aborder la consommation et l'utilisation comme phénomènes complexes et dynamiques (Kuijer, 2014). L'objet n'est plus abordé en isolation mais dans un contexte de compétences, de matériaux, de symboles et de temporalité. Dans les théories de réseaux, proche des théories de pratique, Latour décrit les réseaux comme hautement différenciés mais avec des différences fines, circonstancielles et petites (Latour, 1991). Ces deux théories semblent proposer une approche méthodologique lente en abordant la complexité et en tentant de ne pas imposer une seule façon de regarder ou d'imposer une seule structure. Leur but est de mieux comprendre les relations par des liens et/ou par des actions, de l'intérieur.

Ces approches sont utiles pour le cas de relations plus longues car elles offrent une façon de voir les relations aux objets dans un contexte d'usage devenu habituel, appris par le corps, avec une notion d'action répétée, incorporée, peut-être peu consciente, mais pas figée.

Les objets dans ces contextes ou réseaux ont la capacité de stabiliser ou déstabiliser la pratique et la performance. En retour les performances stabilisent l'objet et la relation à l'objet dans la pratique. Et au delà de la stabilisation, il semble important de prendre en compte les *entanglements* et les dépendances. Et de constater non seulement l'existence de liens mais la nature des liens: les liens qui tiennent, les liens qui enferment, les liens qui contraignent…

Si l'action semble être un point important dans les relations longues avec les objets, les théories abordées ici nous aident à regarder l'action/le faire comme multiple. L'action peut être vue en termes de pratiques qui se chevauchent, les unes les autres, à différentes échelles et comme pratiques en évolution avec des frontières mouvantes.

La vue du contexte issue des théories de réseaux (ou de rhizome) s'apparente à une toile faite de liens entre les différentes choses et les frontières non fixes entre les choses. Mais dans cette vision il ne faut pas oublier l'incidence des matériaux et leurs capacités de fuite et d'influence

---

[651] par exemple Nigel Thrift, *Non Representational Theory*: Space | politics | affect, Routledge, London & New York, 2008

[652] Highmore, 2012, 2014, mais aussi par exemple *The Affect Theory Reader,* eds. Melissa Gregg and Gregory J. Seigworth, Duke University Press, Durham & London, 2010

[653] voir par exemple Bennet 2001, op cit.

[654] Le travail de Tim Ingold commence à être associé à la voie émergente de "design anthropology" (voir: Ingold, Design Anthropology is not, and Cannot be, Ethnography, in Research Network for Design Anthropology Seminar, 2014,) et donc de la recherche *pour* le design - pour reprendre la définition largement reprise de Christopher Frayling,1993

(Ingold, 2014, Hodder, 2012). C'est peut-être par rapport à cet aspect de matérialité que les théories traitant du contexte de l'objet présentées ici sont toujours un peu incomplètes. Le vieillissement et la modification d'un matériau vont modifier les relations avec l'objet qu'ils constituent.

Le thème de la domestication semble utile, comme processus d'intégration d'objets qui les éloignent de leur statut et de leur fonctionnement initialement prévu en tant que commodité, pour prendre part dans un ensemble personnel et domestique. L'objet est modifié et apprivoisé avec un investissement de l'individu. De façon importante pour notre recherche, il s'agit bien d'un processus donc d'une prise en compte du temps long dans une relation. Les théories de pratiques aident aussi à aborder différentes notions de temporalité: d'évolution et de changement, avec la notion de carrières d'objets, d'histoire des pratiques mais aussi des performances.

Cette exploration (non-exhaustive) des cadres pour décrire des contextes des objets permet de confirmer l'importance d'aborder les relations aux objets comme matériels et symboliques, dans des pratiques, en mouvement, dans différentes temporalités et dans des ensembles, des complexes, des enchevêtrements et des dépendances.

2.8 Conclusion sur les cadres applicables aux relations longues

Les cadres présentés et explorés dans les chapitres précédents ne représentent qu'une partie des possibles structures pour comprendre les relations aux objets. Le point en commun de ces cadres est leur présence et leur proximité avec l'activité du design et la recherche en design. Il est à noter néanmoins que ces différents cadres ne sont pas encore tous intégrés au même niveau dans les pratiques et méthodologies du design.

Sans prétendre être exhaustive, l'exploration des cadres présentés ici permet de structurer une réflexion sur les relations plus longues avec les objets, et également d'identifier les points déjà bien développés et les questions ou domaines qui restent sans réponses.

Le plupart des cadres présentés ici se focalisent sur les relations avec les objets plutôt présents (chapitres 2,3, 2,4, 2,5), et singularisés voire chéris (2,3). De ce fait, les recherches en lien avec le design et explorant les relations plus durables basées dessus tendent eux aussi vers les relations explicites et vers les relations (et les objets) importantes. Sur les relations plus durables avec les objets nous pouvons citer les travaux de Haines Gadd et al (2017) pour établir un "*Emotionally Durable Design Framework*"[655] et ainsi une stratégie applicable pour l'activité du design ou encore l'exploration des "*resilient consumer products*"[656] de Anders Haug. Ces travaux, qui sont discutés dans la section suivante, présentent une synthèse de plusieurs recherches autour de l'attachement plus durable aux objets, mais partant de la notion d'attachement, se concentrent à priori sur les objets importants et chéris, et abordent peu les aspects soulevés par les cadres en chapitres 2,6 et 2,7. D'autres recherches sur la longévité des relations traitent les objets issus des nouvelles technologies dotés d'interfaces et ayant des interactions complexes (Karapanos et al, 2009, 2010 [657]), or notre volonté n'est pas une focalisation sur les produits technologiques.

Les choses qui représentent la majorité de ce qui nous entoure et la majorité de ce qui est traité par des designers sont des objets simples, dont seulement une partie est dotée d'interfaces et d'électronique. La section suivante a comme but de se focaliser sur les relations avec ces

---

[655] Nous pouvons aussi citer l'article de Tore Gulden & Catherine Moestue, (Contexts of Experience (COE) A Psychology Based Design Tool, Towards Sustainable Consomption Through Extending Product Lifetime. in IASDR,Delft, 2011), qui présente, comme Haines Gadd et al. une approche aux relations pérennes multi-factorielle, mais essentiellement basée sur le *consumer product attachment.* Ces trois travaux (avec Haug, 2016) sont aussi des travaux en forme de stratégies et recommandations pour le design d'objets et relations plus pérennes.

[656] Anders Haug, Design of resilient consumer products, in Design Research Society 50th Anniversary Conference, 27 - 30 June, Brighton, UK, 2016

[657] Ces travaux, comme indiqué dans le chapitre 2,7 s'appuient en partie sur la temporalité de domestication proposée par Silverstone et al.

objets usuels. Il se peut qu'il faille donc réfléchir en termes de "choses" plutôt que d'objets. Ce qui semble important pour les designers est de réfléchir sur les relations aux "choses" matérielles, et pas seulement aux "objets" signes.

Les cadres présentés se positionnent à différents niveaux entre l'humain, l'objet et leur contexte. Les trois premiers cadres sont plus anthropo-centrés (le Soi, les besoins et plaisirs, les modes de traitement et les émotions) mais permettent de démontrer l'aspect multi-factoriel des relations aux objets et de les définir comme des dispositions individuelles et personnelles. Les deux derniers cadres permettent d'aborder les relations de façon plus large et pas seulement du côté de l'humain et d'inclure leurs contexte en termes d'actions, de temporalité et d'environnement. Le regard est moins tourné vers l'objet isolé, et plus vers la relation et l'expérience humaine et le contexte de vie et de pratiques quotidiennes, à travers et avec les objets. Ces derniers cadres permettent aussi de considerer davantage la présence physique des choses, même si ce point reste relativement peu abordé.

En conclusion, nous notons: les points à retenir pour les relations plus longues, les limitations des cadres en lien avec les relations plus longues et avec les objets du quotidien, et les questions soulevées ou points sans réponses à explorer pour les relations plus longues.

Le rôle des objets

Le point de départ de cette section sur l'attachement et le "*extended self*", montre le rôle central des objets et de nos relations avec eux dans la construction, le développement et la définition de soi. L'attachement (Bowlby, 1969, Furby, 1980) et l'attachement aux produits (Kleine & Baker, 2004, Mugge, 2008) sont des concepts bien déterminés et très utiles pour aborder les relations aux objets et aux produits. Le rôle de médiation des objects du quotidien est également important à prendre en compte dans le cadre des relations plus longues. Les objets sont dans beaucoup de cas le moyen à travers lequel nous découvrons le monde. Une partie importante de notre expérience humaine se fait à travers des artefacts (Ihde, 1990), de façon incarnée et complètement fluide pour faciliter et permettre nos actions ou pour nous aider dans la l'interprétation et la compréhension de ce qui nous entoure (Verbeek, 2005). Les objets jouent aussi un rôle essentiel dans l'ensemble de nos pratiques ou activités, qu'ils stabilisent, mais aussi qu'ils peuvent transformer. Les objets peuvent faire évoluer nos pratiques et les matérialiser, ou matérialiser les connaissances spécifiques qui y sont liées (Ingram et al 2007, Kuijer, 2014).

Des relations multi-factorielles

Les cadres en lien avec l'attachement soutiennent l'idée que les relations aux objets peuvent comporter de multiples déterminants, et cet aspect est retenu dans les recherches basées sur ces cadres qui s'appliquent aux relations plus pérennes comme l'*emotional durability*. Les structures théoriques établies à partir des besoins de Maslow (Jordan, 2000, Hancock et al., 2005, Hassenzahl, 2007) réconfortent également une vision multi-factorielle des relations et interactions positives avec les objets. De cette dernière famille de cadres, nous pouvons retenir qu'il s'agit de composants d'une expérience qui peuvent être présents simultanément (Rozendaal & Schifferstein, 2010). Une autre des conclusions de ce chapitre (2,4) semble être le fait qu'il ne faut pas chercher à hiérarchiser les différents composants.

Des structurations possibles

Les chapitres 2,4 et 2,5 permettent de passer en revue plusieurs manières de structurer les différentes facettes des relations aux objets: en séparant les aspects physiologiques des aspects psychologiques par exemple, ou en distinguant encore les aspects sociologiques des aspects idéologiques. Nous pouvons retrouver certains points en commun avec les structures (2,5) en lien avec les modes de traitement, en divisant les aspects sémantiques, esthétiques et symboliques. Ici encore, plutôt qu'une hiérarchie, il semble souhaitable de considerer ces éléments comme liés et s'influençant mutuellement. Dans notre cas plutôt que choisir une structuration, nous retenons la notion de multiples déterminants, pour mieux se rendre compte des différents aspects des relations.

Dispositions personnelles

Les dispositions personnelles (attitudes, buts, échelles de valeur) de l'individu font aussi partie de ces modèles (2,5), en tant que *concerns* (Desmet, 2008) ou encore influences culturelles et caractéristiques personnelles (Crilly et al. 2004) . De ce fait ces modèles incorporent la perception des stimuli tangibles et les connaissances existantes personnelles. Les théories d'attachement aux produits de consommation insistent sur la présence d'histoires communes avec l'objet (Klein & Baker,2004). Elles rappellent que le plaisir que nous avons dans les relations aux produits est idéosyncratique (Jordan, 2000). Pour la suite de notre recherche il faut considérer les relations comme spécifiques et individuelles plutôt que généralisables.

Relations dynamiques

Les cadres explorés aux chapitres 2,4 et 2,5 traitent plutôt des interactions avec les objets. Les théories de l'attachement (2,3) et des pratiques (2,7) aident plus à définir les relations, dont un aspect très important à retenir pour notre sujet est la notion d'une relation dynamique et en évolution (Kleine & Baker, 2004). Dans le cadre de l'attachement il s'agirait d'une évolution en parallèle avec l'évolution de soi. Dans les théories des pratiques l'aspect dynamique vient aussi du fait que les pratiques dans lesquelles s'inscrivent les objets sont toujours en évolution et possèdent des frontières mouvantes. Du même chapitre (2,7), la théorie de la domestication rappelle que la relation peut être vue comme processus avec des étapes différentes. Ce processus d'intégration d'objets les éloigne de leur statut et de leur fonctionnement initialement prévu. Ce statut est modifié et apprivoisé avec l'investissement de l'individu. Une autre forme de dynamique de relation qu'il faut retenir est le fait que les objets font des allers-retours entre l'arrière et le premier plan de leur contexte d'utilisation et notre expérience.

L'engagement

Un point important et validé par certaines recherches (Odom et al, 2009) dans le cadre des relations plus longues, est le rôle de l'engagement avec l'objet physique. La relation à l'artefact est à situer aussi dans l'action et dans ses fonctions. L'incidence des différents aspects de cette expérience est à explorer dans la génération de relations plus longues aux objets. L'engagement avec l'objet, dans un sens large, va couvrir l'implication du corps et il peut s'agir d'investissement de l'individu. Il peut aussi être question des actions répétées apprises par le corps et les compétences. Et encore il peut être question des objets et relations s'inscrivant dans de multiples pratiques. Les théories des pratiques aident à considérer l'action et le faire comme multiples avec des chevauchements, et des variations d'échelles.

L'invisibilité

Un point en lien avec l'engagement qui peut être présent dans les relations plus longues, mais traité de façon très inégale dans les cadres présentés est l'invisibilité des objets. S'inscrivant dans des actions répétées et incorporées, l'objet devient transparent, et cette transparence est même la preuve de son fonctionnement normale (Shove, 2016). Les objets ne sont pas forcément réellement invisibles, mais plutôt toujours-déjà-compris (Thomas, 2006) et enregistrés sans attention. Ces artefacts du quotidien peuvent faire l'objet de relations plus longues, mais sont (forcément) peu présents dans les modèles et cadres actuels.

Les scènes d'action, l'arrière plan

Les deux derniers chapitres aident à re-situer les artefacts et nos relations avec eux dans des contextes d'action et d'utilisation (2,6) et dans des contextes spaciaux et temporels (2,7). Il semble très important, pour mieux comprendre les relations plus longues avec ces artefacts, de regarder à partir de ces contextes, et de ne pas dé-contextualiser ces relations. Nous devons prendre en compte les infrastructures dans lesquels s'inscrivent les artefacts et des scènes d'action, d'arrière-plan et de sédimentation, tout en se rappelant que les objets font des allers-retours, et peuvent être en arrière plan sans être dormants.

Limitations

Le premier point à noter est l'importance actuelle donnée à l'identité individuelle, le soi dans les relations aux objets. Les limitations des théories autour de l'attachement[658] resident également dans leur lien avec l'identité et l'extension de soi, en faisant un support potentiellement transitoire, car lié à l'évolution de l'image de soi. De ce fait le lien entre attachement et pérennité n'a pas été prouvé, et plusieurs études (Ball & Tasaki, 1992, Mugge, 2008) montrent que l'attachement aux produits n'a pas une évolution croissante avec le temps. Kleine & Baker signalent les liens entre l'attachement et les relations durables comme une orientation importante pour de futures recherches.

Une autre limitation est le fait qu'une partie des cadres explorés est lié aux objets favoris, objets que nous chérissons, objets totalement singularisés, irremplaçables plutôt qu'indispensables, et donc concernant qu'une petite partie des possessions. Les objets technologiques, dont le rôle de nos vies est indéniable mais qui ne constituent pas non plus l'ensemble de notre expérience matériel et artefactuelle quotidienne, sont probablement aussi sur-représentés.

L'importance donnée aux émotions dans une partie des cadres peut être vue comme une limitation de leur applicabilité dans notre sujet. Nous avons vu aussi que la terminologie autour de l'émotion, l'affect et l'esthétique peut poser des problèmes car étant utilisée de différentes manières dans la littérature.

Une autre limitation importante concerne la temporalité. Les recherches explorées dans cette section concernent pour la plupart des expériences et des interactions sans évoquer les relations dans la durée.

---

[658] et de ce fait, peut être aussi des théories de "*emotional durability*"

Les théories autour du contexte et des pratiques permettent de situer les relations aux objets dans un contexte physique et temporel plus large, mais une limitation évoquée dans le dernier chapitre (2,7) concerne le peu d'importance donnée aux dépendances en lien avec les objets. Les objets matériels sont entremêlés et ont des capacités de fuite et d'influence (Hodder, 2012, 2014). Les objets ont des fils qui traînent et qui s'accrochent (Ingold, 2010).

Un dernier point concerne le peu de présence du matériel dans l'ensemble des cadres qui traitent des relations. Cette limitation est évoquée dans les deux derniers chapitres, mais reste entière.

Questions restantes

Les cadres autour du plaisir ne traitent pas réellement la question de relations plus longues. De ce fait il reste à définir s'il est approprié (pour le cas de longévité de relations) de penser en termes de plaisir, de contentement, d'affect positif, de satisfaction…Quels niveaux ou notions de plaisir sont les plus applicables ou les plus présents dans les relations plus longues? Le plaisir est surtout signalé comme composant important de l'attachement, par exemple, en début de relation. Le plaisir dans les relations plus longues représente de ce fait une des questions à traiter par la suite.

Partant des théories de l'attachement, l'utilisation continue d'un objet reste une condition importante pour garder les souvenirs et les sens investis qui sont liés. L'action avec l'objet et l'expérience corporelle qui y est liée sont des points à clarifier par la suite. La proximité corporelle avec les objets - qui est abordée d'une certaine manière dès l'évocation de l'attachement - est finalement assez peu présente dans les cadres théoriques mais semble importante pour mieux comprendre son lien avec les objets tangibles et matériels.

Le rôle du matériel et la présence du matériel dans les relations restent des questions ouvertes car peu ou pas abordées dans les cadres explorés.

Et finalement, si nous avons pu établir le probable aspect multi-factoriel des relations aux objets, il reste à clarifier quelles facettes ou quels déterminants sont les plus présents dans les relations plus longues.

1	***relations multi-factorielles*** *- quels facteurs pour les relations plus longues*
2	*problème/question de* ***plaisir avec le temps***
3	***question d'invisibilité*** *et comment regarder les relations moins explicites*
4	***importance du contexte*** *- surtout en termes de pratiques, d'incorporation et d'entanglement*
5	*comment se focaliser sur la* ***question du temps long*** *(et non sur l'expérience, perception)*
7	*la place incertaine de l****a fonction/utilité***
8	*la place incertaine et peu exploré de* ***la matière/matérialité***
9	*l'importance des* ***relations incorporées***
10	*l'importance que l'on doit donner au* ***"soi", l'identité de soi*** *dans les relations plus longues (et plus usuelles)*

Tableau 2,6. *A retenir pour les expérimentations/Points à valider*

TRANSITION 2 - 3: *Récit sur une relation: Regrets sur ma vieille robe de chambre… de Denis Diderot.*

"Pourquoi ne l'avoir pas gardée? Elle était faite à moi; j'étais fait à elle. Elle moulait tous les plis de mon corps sans le gêner; j'étais pittoresque et beau. L'autre, raide, empesée, me mannequine. Il n'y avait aucun besoin auquel sa complaisance ne se prêtât; car l'indigence est presque toujours officieuse. Un livre était-il couvert de poussière, un de ses pans s'offrait à l'essuyer. L'encre épaissie refusait-elle de couler de ma plume, elle présentait le flanc. On y voyait tracés en longues raies noires les fréquents services qu'elle m'avait rendus. Ces longues raies annonçaient le littérateur, l'écrivain, l'homme qui travaille. A présent, j'ai l'air d'un riche fainéant; on ne sait qui je suis.

Sous son abri, je ne redoutais ni la maladresse d'un valet, ni la mienne, ni les éclats du feu, ni la chute de l'eau. J'étais le maître absolu de ma vieille robe de chambre; je suis devenu l'esclave de la nouvelle.[…]

Je ne pleure pas, je ne soupire pas; mais à chaque instant je dis: Maudit soit celui qui inventa l'art de donner du prix à l'étoffe commune en la teignant en écarlate! Maudit soit le précieux vêtement que je révère! Où est mon ancien, mon humble, mon commode lambeau de calemande?[659] […]

Ce n'est pas tout, mon ami. Écoutez les ravages du luxe, les suites d'un luxe conséquent. Ma vieille robe de chambre était une avec les autres guenilles qui m'environnaient. Une chaise de paille, une table de bois, une tapisserie de Bergame, une planche de sapin qui soutenait quelques livres, quelques estampes enfumées, sans bordure, clouées par les angles sur cette tapisserie; entre ces estampes trois ou quatre plâtres suspendus formaient avec ma vieille robe de chambre l'indigence la plus harmonieuse…"[660]

Cet extrait fait partie d'un texte assez connu et régulièrement commenté de Denis Diderot, intitulé "Regrets sur ma vieille robe de chambre ou avis à ceux qui ont plus de goût que de fortune", publié pour la première fois en 1769. Cet extrait et le texte dont il est issu illustrent beaucoup de points déjà soulevés dans notre recherche sur les relations aux objets usuels. Il permet ainsi de présenter des interrogations dont il va être question dans les recherches expérimentales de la section à suivre.

---

[659] les orthographes calmande, calamande et callemandre existent aussi. Calemande, selon le CNRTL (cnrtl.fr/définition) est une tissu de laine, de poil de chèvre ou de soie et laine, "utilisée en ameublement ou dans la confection de certains vêtements", il s'agit d'une étoffe de laine fine, aussi utilisée pour des chaussures, pour des jupons, qui peut-être lustrée sur l'endroit. D'autres sources parlent simplement d'une étoffe commune dans le XVIII[e].

[660] Une partie du texte très connu de Denis Diderot "*Regrets sur ma vieille robe de chambre ou Avis à ceux qui ont plus de goût que de fortune*", écrit en 1768, et publié en 1769 par Grimm et puis en 1772 par Ring. Texte intégrale, avec Satire contre le luxe et fragments de correspondances de Diderot sur les robes de chambre; Editions de l'éclat/ éclats, Paris 2011

Tout d'abord le texte de Diderot est contemporain du début de l'histoire du design industriel. C'est à ce même moment que le nombre de possessions usuelles dans les foyers des classes bourgeoises connaît une augmentation importante. Le texte de Diderot éclaire déjà certains aspects gênants et néfastes dans les relations aux objets matériels qui accompagnent l'arrivée d'objets manufacturés.

Superficialité

Il y a l'idée de fausseté et de qualités superficielles. Diderot déplore qu'on ait inventé le moyen de donner de la valeur à de l'étoffe en la teignant en écarlate. L'introduction des Editions de l'éclat (*op cit*) évoque un "mauvais goût qui remplace l'intelligence des choses".

Cette superficialité est aussi reliée au matérialisme, à l'attrait de la nouveauté tape-à-l'oeil.[661] Dans un autre commentaire sur ce changement de décor subi[662], Diderot note que "le vide fut rempli par une pendule; et quelle pendule encore! une pendule à la Geoffrin, une pendule où l'or contraste avec le bronze". Ici l'horloge incarne la mécène Mme Geoffrin et ses goûts ostentatoires. Il est aussi question du gaspillage de l'argent entraîné par l'appât du luxe et des objets; "…goût sublime qui change, qui déplace, qui édifie, qui renverse; qui vide les coffres des pères; qui laisse les filles sans dot…" Il y a une mise en garde contre un amour des objets entraînant des comportements irresponsables envers des êtres humains.

La robe de chambre du texte est presque décrite comme une héroïne disparue (Sadaune, 2003) qui manque à l'auteur. Un autre objet dans le texte, un tableau de Vernet, devient aussi un personnage "J'ai Laïs, mais Laïs ne m'a pas. Heureux entre ses bras…" Cet un objet qui rend l'auteur heureux, et dont il ne veux pas se séparer. Malgré les commentaires sur la ruine des familles, les objets sont des êtres importants, avec lesquels Diderot avoue des relations paradoxales.

Personnification

Le rapport de maître ou d'esclave avec ses possessions, évoqué dans l'extrait, pourrait être un aspect paradoxal et inquiétant dans ces relations. Latour (2000) note que l'impression d'une maîtrise ou d'une domination par l'objet fait peur. Il signale qu'il y a peut-être une impossibilité

---

[661] Les éditions de l'Eclat parle même de "Bling-Bling"

[662] l'avis du lecteur accompagnant l'édition de Friedrich Dominicus Ring, 1772, explique que "Monsieur Diderot ayant eu occasion de rendre un service essentiel à Madame Geofrrin, celle-ci imagina par reconnaissance d'aller déménager un jour tous les haillons du réduit philosophique et d'y faire mettre d'autres meubles…"

de définir nos attachements aux objets avec la forme active comme avec la forme passive et qu'il faudrait plutôt imaginer "une voix moyenne" entre les deux.

Relations à multiples facettes

Au-delà des aspects paradoxaux ou inquiétants des relations aux objets soulevés par le récit de Diderot, l'extrait ci-dessus sur la robe de chambre contient en très peu de lignes l'évocation d'une relation à multiples facettes, en accord avec nos conclusions de la section précédente. Sadaune, (2003)[663] parle d'une manière très didérotienne de tout écrire, en empruntant toutes les postures. Ce texte, quoique court, donne une très bonne illustration de (tout) ce qu'une relation pérenne avec un objet du quotidien peut contenir.

Les aspects symboliques du récit sont bien commentés: l'expression des qualités cultivées par Diderot comme le goût du travail, de la simplicité, de la modestie[664]. Les objets simples sont préférés aux objets ostentatoires, comme le simple ancien tapis de lisières gardé car il "rappèle mon premier état". Un objet servant d'emblème des origines et du passé. La robe de chambre elle-même était un vêtement qui avait un contenu symbolique. Elle faisait partie d'une forme de mode dans la deuxième moitié du 18e siècle et pouvait définir un homme d'un certain statut, (… le littérateur, l'écrivain, l'homme qui travaille…) Cette tenue pouvait servir de symbole du travail intellectuel, de liberté d'esprit.[665] Dans des matières trop luxueuses, contraignant la liberté de mouvement, la tenue pouvait aussi signaler le "riche fainéant".

La relation à l'objet robe de chambre se situe aussi dans le registre[666] du plaisir. Les objets sont source de bien-être (Cadet, 2012) et ceci est confirmé dans les lettres de Diderot à Sophie Volland - 17 nov, 1765 "…sans sortir de la robe de chambre. J'ai lu, j'ai rêvé, j'ai écrit, j'ai nigaudé en famille ; c'est un plaisir que j'ai trouvé fort doux" (Editions Eclat, 2011, *op cit*).

Un élément frappant dans le récit de la relation de Diderot est l'expérience sensible. Diderot aurait accordé autant d'importance aux exigences d'un schéma sensible qu'aux normes de la

---

[663] Samuel Sadaune S. 2003, « L'ouverture excentrique du Salon de 1769 ou portrait du Philosophe en robe de chambre », Recherches sur Diderot et sur l'Encyclopédie [En ligne], 35 | 2003, document 1, mis en ligne le 16 février 2011

[664] Lucille Cadet, résumé (sur recueil des editions de l'éclat) « Notes de lecture », Le français aujourd'hui, vol. 179, no. 4, 2012, pp. 153-155.

[665] Dans le texte de Sabine de La Rochefoucaud, (Article extrait du magazine Grande Galerie – Le Journal du Louvre, n°13, septembre/octobre/novembre 2010) mais aussi dans un texte de l'historienne Nicole Pelegrin Les Vêtements de la liberté (Editions Alinéa, 1989) et dans l'article du Monde (Sophie Chassat, La barbe ne fait pas le philosophe… la robe de chambre, si !, Le Monde, 15, 12, 2014) il est rappelé que la robe de chambre a de la valeur pour la liberté de mouvement qu'elle laisse, ce qui s'associe à la liberation de l'esprit, et donc est déjà une tenue favorite des intellectuels de l'époque.

[666] Blandin, 2001, préfère le terme "registres" pour parler des diverses facettes des relation avec des objets

raison[667], sur l'effet produit sur le spectateur. En tentant de définir la notion de sentiment de Diderot, Hakim, (2013) explique que, pour lui, "le sentiment n'est vraiment le sentiment que s'il est variable, porté aux excès, et traversé par toutes les nuances intermédiaires". Aussi, dans un extrait du Salon de 1763, cité par Hakim, l'attention à la matérialité de Diderot est présente dans la façon qu'il tente de montrer les différences entre certains peintres, par la nature physique de leurs gestes à travers leurs outils "une variété de style qui répondit à la variété des pinceaux… grand et voluptueux…simple et vrai…délicat…pathétique…". Et quand à propos d'une nature morte de Chardin (Hakim, 2013) il écrit: "C'est qu'il n'y a qu'à prendre ces biscuits et les manger"[668], il y a une proximité et une considération de son propre corps dans l'expérience du tableau, la main et le plaisir de manger.

Le rapport au corps dans le début de l'extrait sur la robe de chambre est très présent, avec un sens réel de la proximité et des sensations de l'objet sur soi. Cette relation ressentie est renforcée par des commentaires sur les différences de poids entre les deux robes de chambre, de leur souplesses respectives et de leur capacité de "mouler" le corps. La robe de chambre apporte du confort et un réconfort comme abri contre les maladresses, contre le feu et l'eau.

En dehors des "longues raies noires" les qualités visuelles de la vieille robe sont très peu décrites, l'objet est en quelque sorte invisible ou transparent (Ihde, 1990, Verbeek, 2005). Cette transparence de l'objet est en lien avec ses fonctionnalités, elle se fond dans les petites actions et dans les services du quotidien, l'objet se retire de l'expérience incarnée (*embodiment relation*, Ihde, 1990, Rosenberger & Verbeek, 2015) . La robe accompagne des mouvements et des actions presque automatiques de dépoussiérer, d'essuyer. Il y a un sens d'engagement avec l'objet, des allers-retours de proximité (Borgmann, 1984, Odom et al, 2009).

L'importance que peut avoir le temps dans une relation pérenne est évoquée dans les textes de Diderot. Les traces de l'encre citées ci-dessus marquent une utilisation dans le temps et une accumulation, tout comme la description des couches successives d'estampes, tapisseries et tissus du fond de bureau.[669] Ces éléments intégrés au fur et à mesure à l'espace privé et domestiqué (Silverstone, 2006) contrastent avec l'évocation de rapidité dans le cas de l'horloge "le vide fut rempli…", ou encore, plus loin "Il y avait un angle vacant à coté de ma fenêtre. Cet angle demandait un secrétaire, qu'il obtint."

---

[667] Zeina Hakim, De la sensibilité : Diderot et l'ordre du descriptif, in *Penser l'art dans la seconde moitié du XVIII^e siècle : théorie, critique, philosophie, histoire, collection d'histoire de l'art, Villa Medicis, 2013*

[668] *ibid*; extrait d'Essais sur la peinture, D.Diderot, (éd G.May, J.Chouillet, Paris 1984)

[669] Ces descriptions semblent correspondre à des notions de "*background relations*" (Ihde,1990, Rosenberger & Verbeek, 2015), mais aussi de "*sedimentation*", (Rosenberger, 2012, 2014)

Récit comme approche méthodologique

Le récit de Diderot sur sa vieille robe de chambre conforte une vision à multiples facettes sur les relations pérennes aux objets. Ce récit anticipe également beaucoup des points soulevés dans les expérimentations (dans les chapitres suivantes) qui sont:

- le corps, la sensation sur soi,
- le confort et la souplesse,
- la protection, la sécurité, ce qui rassure,
- l'objet plus ressenti que regardé,
- la manque de commentaire sur la couleur et des aspects de surface
- les petits gestes du quotidien, dans le mouvement
- la légèreté…

En tant que récit rétrospectif, l'extrait en incipit du début de chapitre permet ainsi d'introduire une partie de l'approche méthodologique de nos expérimentations.

Notre approche sera de tenter de regarder les relations aux objets dans leur complexité et leur diversité, en nous appuyant sur des récits sur la nature des relations, à la première personne. Le récit rétrospectif de Diderot contient finalement beaucoup de détails sur l'expérience corporelle et quotidienne, et pas seulement sur un événement marquant du passé servant d'étiquette à l'objet. Ce texte "ne se situe pas totalement dans un temps arrêté. Des verbes d'action, des scènes de réactions même, sont présents" (Sadaune, 2003). Il s'agit d'un récit rétrospectif, mais qui traite d'un temps passé proche (écrit la même année que le service rendu à Mme Geoffrin dont le changement de décor était le remerciement, 1768).

Présence des matières et du matériel

Pour finir, le récit de Diderot et son traitement permet d'éclairer certains écueils méthodologiques. Un premier point relève de la description textuelle sans l'image. Ce récit de Diderot est souvent accompagné d'une image du philosophe, le plus souvent l'image peinte par Van Loo en 1767 (Chassat, 2014, *op cit*). Diderot a lui-même commenté ce portrait en trouvant qu'il y avait « l'air d'une vieille coquette », dans « la position d'un secrétaire d'État et non d'un philosophe », ce qui semble aller à l'encontre d'une robe de chambre tant appréciée. Or, la robe de chambre portée par Diderot dans ce portrait appartient à priori à Van Loo lui-même, car il la porte dans son autoportrait, avec sa soeur, cinq ans auparavant[670]. Cette confusion enlève de

[670] Sabine de La Rochefoucauld, Petite Chronique du Costume: Diderot, un philosophe en robe de chambre, *op cit.*

l'importance au matériel dans le récit de Diderot, or ce détail de tissu de calemande (et non de taffetas de satin bleu, brillant) est important, car il s'agit d'un tissu plus usuel, moins brillant, plus doux, plus chaud, moins fragile…Et d'ailleurs la phrase sur la protection apportée par cette robe s'accorde avec une matière capable de résister aux maladresses des valets, du maître, de l'eau et du feu: qualités peu conformes avec le beau taffetas bleu du portrait de Van Loo[671].

Si les matières sont très présentes dans l'écriture de Diderot, ce n'est pas forcément la règle dans les récits écrits, comme nous le verrons dans les expérimentations suivantes. Ceci rend d'autant plus importants les autres supports, dans notre cas principalement des images (dessins, illustrations, photos), pour ne pas (encore plus) diminuer la présence de la matière.

Comme tout récit, les éléments contextuels ou externes au récit peuvent, (et doivent) nous en montrer les limites. "Les regrets sur ma vieille robe…" raconte, a priori, une relation forte avec un objet discret du quotidien. Les petits extraits de correspondances de Diderot avec Sophie Volland qui clôturent le recueil des Editions de l'Eclat, (2011) démontrent plusieurs moments de réconfort, de fierté, de plaisir avec la robe de chambre. Mais il y en a aussi après la date du remplacement de "la" robe de chambre, en 1769. Si on pourrait tenter de donner un ton plus négatif au commentaire "je suis trois ou quatre jours de suite enfermé dans la robe de chambre" (2 septembre 1769) à cause de la notion d'enfermement, il en serait plus difficile pour "Je vis beaucoup dans ma robe de chambre; je lis, j'écris; j'écris d'assez bonnes choses…" (11 septembre 1769) Il est donc, en fin de compte, important de ne pas s'en tenir à une seule lecture du récit et de relativiser l'importance donnée à une relation matérielle spécifique, et singularisée (en occurence à la vieille robe de chambre). Les dernières correspondances semble indiquer que la relation à la fonction ou à la catégorie d'objets a aussi (ou autant) d'importance pour Diderot. Ces derniers exemples démontrent aussi, comme d'autres correspondances de Diderot, que "robe de chambre" est utilisée comme une sorte de raccourci pour décrire l'état de l'auteur, l'état d'écriture pour Diderot, également l'état de ne pas pouvoir se présenter publiquement.[672]

En conclusion les points présents dans l'extrait commenté ci-dessus introduisent et vont également faire partie de notre approche méthodologique qui est de tenter de comprendre les relations dans le contexte quotidien, en tant qu'expériences personnelles et individuelles.

---

[671] Voir Annexes: Portraits de Diderot pour plus d'explications accompagnées d'images des trois robes de chambre

[672] Dans un autre extrait dans l'Edition de l'éclat, Diderot se décrit en lettre comme étant en robe de chambre pour expliquer qu'il n'est pas suffisamment habillé pour rendre visite à une personne célèbre en personne. (lettre à Emmanuel Bach, 1774)

3. EXPERIMENTATION

3.1 Approche Méthodologique

If …everyday life is not simply a quantifiable, transparent, palpable actuality to be straightforwardly mined for information, then the question of how to register it needs to be posed. But this is not simply a methodological question about how to eke out information from a shadowy and recalcitrant realm…the everyday is also an eminently practical realm that needs to pose the most practical questions to those who would try to present it…And if the everyday is not only, or dominantly, composed of ideas and 'knowledge', then does it make much 'sense' to talk and write about it only within such a frame? And if the everyday is something more like peripheral vision (or distraction) and is experienced as non-ideational sensation (tactile and odorous, for instance) then is not the challenge to find ways of writing and registering that are adequate to it or, perhaps more modestly, less inadequate?[673]

Les extraits ci-dessus de Ben Highmore (*ibid*, p19-20) signalent la difficulté d'étudier, d'enregistrer et d'écrire sur le quotidien à cause de sa complexité mais aussi parce que l'expérience quotidienne est à la fois très pratique et, en partie, transparente. Dans l'activité du design le fait de tenter de comprendre cette expérience quotidienne est centrale. Froukje Sleeswijk Visser note que "l'information détaillée sur l'expérience humaine dans des situations et des routines spécifiques est essentielle pour aider et inspirer des designers à créer des réponses justes pour la richesse et la complexité des vies quotidiennes" (Sleeswijk, 2009)[674].

La recherche sur l'expérience humaine et le quotidien fait partie de l'activité du design. En même temps, la recherche académique autour du design peut aussi être faite par des designers explorant des "*designerly ways of doing research*"(Stappers & Sleeswijk, 2014). Pour clarifier les notions de recherche, entre la pratique du design et la recherche académique, Sleeswijk et Stappers établissent une hierarchisation des niveaux (appelés *meta-levels*) du design et de la recherche. La recherche en design peut s'adresser à chaque niveau, en impliquant le philosophe, le méthodologiste, le développeur d'outils, le développeur de produits jusqu'au consommateur de tous les jours. Ils indiquent également que (presque) à chaque niveau, il peut y avoir une volonté de généralisation de connaissances [académiques] et/ou la volonté d'appliquer des solutions [dans la vie quotidienne].

---

[673] Ben Highmore, Questioning Everyday Life, in The Everyday Life Reader, ed.Highmore B. Routledge, 2002

[674] Frouke Sleeswijk Visser, Bring the Everyday Life of People into Design, thèse doctorale soutenu à TU Delft, 2009. Sleeswijk est une chercheure spécialisée dans les méthodes de recherche sur les destinataires des produits et services pour informer les pratiques de design. Voir aussi son site, www.contextqueen.nl (accédé aout, 2018)

Vermaas & Vial[675] citent Kees Dorst[676] sur le fait que, dans la recherche en design, l'accent est encore mis sur le process du design de façon majoritaire. D'une manière plus nuancée, Blessing & Chakrabati[677] définissent la recherche en design en termes de deux voies principales (*main strands*) qui sont le développement de compréhension et le développement de soutien pour améliorer la pratique du design. Notre étude sur ce qui rend les relations avec les objets physiques plus pérennes rentre dans ces deux voies qui, pour Blessing & Chakrabati, sont intimement liées.

La pratique du design et, par extension, la recherche en design serait en lien avec la pensée abductive (*abductive thinking*) (Crouch & Pearce, 2012), "ce qui nous encourage à réfléchir sur ce qui pourrait se passer, ce qui pourrait être le cas, ce qui se passerait si les choses étaient changées". Crouch & Pearce expliquent que la pensée abductive équivaut de façon plus courante à l'intuition, un outil "aussi utile pour le chercheur que la pensée déductive ou inductive"[678]. Le terme d'abduction a peut-être deux sens un peu différents (Douven, 2017)[679]. Le sens plus commun serait équivalent à "l'inférence à la meilleur explication" (Douven, 2017) et se rapporterait à un processus de raisonnement pour justifier des hypothèses. Le sens plus historique et Peircien[680] (et peut-être plus pertinent pour la recherche en design) placerait l'abduction dans le contexte de découverte et l'étape d'enquête afin de générer des théories ou des hypothèses explicatives qui peuvent par la suite être évaluées. En appuyant sur la nature abductive de la recherche en design, il est néanmoins possible de donner une impression d'une approche manquant de rigueur scientifique[681]. Ce point est aussi exploré par William Gaver[682] qui rappelle que la recherche 'par' le design est issue d'une discipline qui est elle-même divergente plutôt que convergente.

Plutôt que de chercher à définir notre approche de façon stricte en termes de méthodes de recherche en design, il peut être plus juste de rester sur la notion de modes de réflexion propre au

---

[675] Pieter E. Vermaas & Stéphane Vial, Towards a Philosophy of Design, chapitre in *Advancements in the Philosophy of Design*, eds. Vermaas & Vial, Springer International, 2018

[676] *ibid*, citant Dorst K. Design Research: A revolution-waiting-to-happen. Design Studies, 29 (1), 4-1, 2008

[677] Lucienne T.M. Blessing & Amaresh Chakrabati, *DRM, a Design Research Methodology,* Springer, London, 2009 (p4)

[678] Crouch & Pearce explique que "*inductive thinking points out relationships*"

[679] Igor Douven, Abduction, Stanford Encyclopedia of Philosophy, https://plato.stanford.edu/entries/abduction/peirce.html accessed 18,04,19 (author, Igor Douven, copyright: 2017)

[680] ibid, Douven traite à part l'abduction de Peirce, qui serait à l'origine du concept, de son sens plus courant aujourd'hui. Duvet commente que "*it is remarkable that there is no reference in Peirce's writings on abduction to the notion of best explanation"* ce qui semble plutôt compatible avec les approches de la recherche en design.

[681] ibid "*It is a common complaint that no coherent picture emerges from Peirce's writings on abduction"* selon Douven

[682] William Gaver , What Should We Expect From Research Through Design? CHI 2012, May 5 - 10, Austin, Texas, 2012; "*From this point of view, the reason that research through design is not convergent is that it is a generative discipline, able to create multiple new worlds rather than describing a single existing one*."

design (design thinking methods) qui "*…allow challenging and changing the initial problem statements…through social and empathetic research methods and through reframing…*" (Vermaas et Vial, 2018)[683]. La recherche en design a des origines dans une pratique qui utilise diverses formes de recherche de terrain pour questionner et recadrer des problèmes. C'est cette pratique qui a influencé l'approche méthodologique de notre étude.

L'activité du design requiert les connaissances sur des phénomènes larges et diversifiés[684]. De ce fait, une des caractéristiques de la recherche dans la pratique du design est d'accepter cette complexité. Blessing & Chakrabarti, (2009) notent que des designers doivent s'appuyer sur des connaissances issues de domaines aussi diverses que la physique, la chimie, les mathématiques, les sciences de l'ingénierie, l'économie, l'esthétique, l'ergonomie, la psychologie et la sociologie en prenant en compte les méthodes et les outils qui en sont issus. La pluralité de méthodes fait donc partie de l'approche de la recherche dans l'activité du design.

La recherche en design se trouve à l'intersection de différentes disciplines traitant des rapports entre l'humain, le contexte et les objets. (Love, 2002). La partie expérimentale de cette étude est inspirée par de méthodes de recherche issues de la pratique du design, mais aussi de l'ethnographie et de l'anthropologie de la culture matérielle et de la post-phénoménologie. De ce fait il peut être utile de discuter de certain points de notre approche qui relient ces trois domaines et méthodes de recherche et qui permet de mieux comprendre notre volonté qui vise à éclairer et ouvrir le sujet, et non seulement à générer de nouveaux modèles.

Un lien peut être illustré par la phénoménologie de Goethe, qui selon Arthur Zajonc préfigurait les positions philosophiques ultérieures de Husserl ou de Merleau-Ponty. L'approche méthodologique que Goethe a nommée un tendre empirisme (*zarte Empirie*), *a confidence that an intimate observation of nature can yield genuine insights*[685], aurait même inspiré Charles Darwin et été partagé par lui[686].

Arthur Zajonc[687] signale que l'approche de Goethe peut constituer une base pour une méthode phénoménologique plutôt bien adaptée pour l'exploration scientifique de la conscience. Sans que

---

[683] La citation de départ parle de "problem statements of clients", mais il reste juste de considerer que les modes de reflexion propre au design questionnent et parfois changent les regards sur des problèmes, et ceci à partir des méthodes de recherche empathiques et centrées sur le social, l'humain.

[684] Stephen Green, Understanding Design Impact: A new framework for understanding the potential of design and enhancing future professional practice, Thèse doctorale soutenu à Brunel University, GB, 2015

[685] Siri Hustvedt, Hardening and Softening Darwin?, chapitre dans Hustvedt S. The Delusions of Certainty. Reflections on the Mind-Body Problem, Simon & Schuster, USA, 2016

[686] *ibid*, Hustvedt commente que Darwin est aussi un écrivain qui prend du plaisir dans des descriptions et illustrations détaillées, voir aussi notre exemple en transition 2, sur le texte de Diderot.

[687] Arthur Zajonc, Goethe and the Phenomenological Investigation of Consciousness, in Toward a Science of Consciousness III – Stuart R. Hameroff, ed., MA: MIT Press, January 1999

notre méthodologie soit inspirée par le 'tendre empirisme' de Goethe, parmi les points relevés par Zajonc, plusieurs sont pertinents pour soutenir l'approche employée et font un pont entre les trois influences citées ci-dessus. Il s'agit de l'importance de l'engagement actif et intime, le statut de l'observateur et de l'observé, des hypothèses de travail plutôt que des hypothèses comme dogmes et le processus d'observation avec l'importance du regard.

Le délicat empirisme de Goethe, selon Zajonc… "r*equires patience and an intimacy with the object of study; active engagement, but also a proper reticence about applying preconceived notions to the novel."*

La relation entre observateur et observé, relevée aussi par Hustvedt (2016), ou l'idée que le sujet observant a un effet sur ce qui est vu constituerait une idée problématique pour une approche scientifique car la subjectivité serait une présence polluante. En même temps cette position est plutôt centrale dans les approches de recherche dans la pratique du design. Sur ce point il est intéressant de citer l'approche que Tim Ingold (2011) applique à la créativité et à la perception. Cette approche commence à influencer l'ethnographie du design, qui selon Ingold devrait consister à relier le faire, l'observation et la description ensemble. Pour ce faire Ingold propose trois "injonctions" qui sont très pertinentes en design, et qui impliquent une observation engagée et active: *1)to follow the materials, 2) to learn the movements, 3) to draw the lines (ibid)*. Tim Ingold (2011) met en garde contre des formes de recherche qui séparent l'observation et la description et de ce fait appauvrissent le travail d'ethnographie. Ingold critique également les approches qui réduisent les interactions en termes d'agents humains et d'agents-objets, rappelant que la personne dans une interaction est moins agent que "*hive of activity*" et l'objet est plutôt une chose "*a going-on, or a place where several going-ons become entwined*[688]*"*.

Notre travail peut sembler illustrer une certaine méfiance envers les hypothèses. Zajonc propose que l'approche de Goethe encourage à traiter les hypothèses "*in a provisional, workman-like way*". Il n'y a pas d'objection aux hypothèses de travail, mais il ne faut pas qu'elles deviennent des dogmes. Ceci rejoint la position de Daniel Miller, dont le travail sur le rapport aux objets usuels a beaucoup influencé notre étude. Miller (2010, p7) prône une anthropologie qui n'est pas un processus de validation d'hypothèses[689]. Il expose la valeur d'une posture en début de recherche de terrain qui est de ne pas savoir ce que l'on va trouver. Ceci est

---

[688] Ingold (2011) relie ainsi son approche à Heidegger et aussi à Deleuze et Guattari

[689] Miller écrit " *The anthropology I am committed to eschews such hypothesis testing…my only real hypothesis is that I really have very little idea of what I am actually going to find when I go out to conduct fieldwork*."

très proche des conseils donnés aux étudiants en (pratique du) design pour débuter leurs phases de recherche et analyse.

L'approche décrite par Zajonc est un processus d'observation[690], partant d'observations ordinaires, mais traitées de façon systématique pour générer une "*perceptual encounter with intelligibility*", ou dans notre cas de donner à voir, de tenter d'éclairer. Il s'agirait dans la phénoménologie de Goethe d'un processus pour voir en trois étapes, partant des phénomènes empiriques ou observations ordinaires que tout observateur attentif peut faire, en passant par les phénomènes scientifiques qui viennent de l'expérimentation systématique, pour arriver à la forme la plus haute - des phénomènes purs ou archétypaux[691].

Une diversification de méthodes

La présente étude aborde le sujet des relations aux objets à travers de multiples vues, utilisant une variété de méthodes. Cette approche permet une triangulation[692] de résultats afin d'augmenter la validité des observations. Blessing & Chakrabati, (2009, p.17) signalent que le processus du design et l'application de ses méthodes nécessite un certain opportunisme ou une adaptation. Ils confirment qu'une approche avec des itérations et des étapes en parallèle peut apporter plus d'efficacité dans un processus de recherche. Les différentes expérimentations qui constituent notre étude ont été effectivement menées, pour certaines, en parallèle. Cet ensemble d'expérimentations ne représente pas un processus linéaire. En même temps, certaines expérimentations représentent des itérations. Ces différentes expérimentations, étapes et itérations sont synthétisées dans le tableau "Expérimentations:calendrier" en annexe. Ce tableau permet de constater aussi que cet ensemble d'expérimentations a été mené sur un temps relativement long. Les huit dispositifs de recherche sont détaillés dans l'annexe. Ils sont synthétisés ci-dessous afin de donner un premier aperçu de l'approche et de son contenu[693].

EX1: Everyday_things_we_care_about: entretiens approfondis et semi-structurés, in-situ, sur une relation pérenne avec un objet quotidien de la sphère domestique. Les participants décrivent

---

690 La théorie pour Goethe reprend le sens de la racine grec du mot, *to behold,* où Zajonc parle d'apprendre à voir ou "*see anew*".

691 La notion d'observations ordinaires rejoint notre approche en générale, et aussi l'implication des participants dans une observation attentive de leurs relations et objets.

692 Green S. 2015 cite Cresswell 2002, sur des "mixed methods"

693 Et pour alleger le texte dans l'ensemble de cette section, les expérimentations sont systématiquement identifiés par cette abbreviation; **EX1 , EX2** etc.

les raisons pour leur relation avec un objet qu'ils possèdent et qu'ils utilisent, auxquels ils tiennent et qu'ils espèrent encore garder. Il ne s'agit pas, a priori, d'un objet favori.

EX2: Mapping_why_we_keep_things: représentations schématiques pour décrire les composants des relations plus pérennes aux objets. Suite à des projets de recherche et workshops sur la question des relations plus pérennes aux objets, les étudiants en écoles de design ont généré (en équipe) des modèles servant de synthèse de leurs observations.

EX3: Daily_stuff_that_matters: inventaires dessinés et annotés **(**donnés lors de modules et workshops sur les relations aux objets) par des étudiants en design (produit, transport, services). Les étudiants listent et commentent en forme d'illustration format A3 à main levée jusqu'à dix objets d'utilisation quotidienne auxquels ils tiennent et qu'ils comptent garder.

EX4: Everything_I_touched: journal de tout ce qui est touché pendant une journée ou une partie de la journée. Les participants (étudiants en design) fabriquent ensuite un simple artefact (affiche en format A3 à main levée ou composé à l'aide de logiciels 2D informatiques) afin de présenter leurs résultats. Cet exercice est inspiré du protocole utilisé pour le livre *Every Thing We Touch,* (Zucotti, 2015).

EX5: What_I_see_at_home: Deux entretiens approfondis, dont un premier hors contexte en forme de visite virtuelle avec une description orale des objets visibles dans la cuisine de la participante. La participante est encouragée à détailler les objets auxquels elle tient. Le deuxième entretien est *in situ* quelques jours plus tard et permet de reparler des objets cités et parler de ceux qui n'ont pas étés "vus" dans le premier entretien.

EX6: A_throwaway_thing_I_kept: '*self-report*' illustré sur un objet jetable gardé. Les participants choisissent un objet, et ensuite illustrent et expliquent leurs raisons en forme d'affiche simple format A3 afin de communiquer ce choix sans explication orale. (Etudiants en premier année universitaire, cours de Basic Design)

EX7: Two_opposing_possessions_I_like: journal de tous les objets touchés en une journée (participants: étudiants en 1ère année d'études en design). (Les étudiants sont encouragés à observer et dessiner des objets de cette liste). Ensuite les étudiants devaient choisir deux objets

appréciés dans la liste qui s'opposent. Le type d'opposition ou de contrast était libre et à définir par le participant. Ces deux objets devaient être illustrés en détail accompagnés de commentaires pour expliquer les raisons du choix et de l'appréciation.

EX8: Probe_of_everyday_things: "probe" kit; un ensemble d'instructions, d'activités et de questions à faire de façon autonome pendant au moins une semaine par la participante chez elle. Ce kit commence avec l'exercice de lister toutes les choses non-fixes touchées en une journée chez soi, suivi par des questions et des exercices en lien avec cette liste. Le kit encourage les participantes à réfléchir progressivement à leur relation aux objets quotidiens, et de les commenter à l'écrit sous différents formats et d'en prendre des photos.

L'éventail des méthodes utilisées dans les expérimentations de notre étude appartient à la volonté de rester dans une approche cohérente avec les pratiques du design, tout en étant à la frontière de plusieurs disciplines, sans revendiquer une quelconque spécialisation ou connaissance spécifique de ces disciplines.

Malgré la volonté de diversifier les méthodes, un point de cohérence dans nos expérimentations et dans leur restitution est l'utilisation de visualisations sous différentes formes. Cette spécificité issue des pratiques du design tient à une volonté de faciliter la communication (Cross 2006) par l'utilisation des modèles graphiques et des visualisations. Ce sont des outils ancrés dans la pratique du design mais aussi dans la recherche et la représentation du design (Green, 2015, p.49). En dehors des tables et des visualisations pour communiquer certains résultats, les visualisations et les illustrations sont présentes dans les expérimentations. En cohérence avec l'évolution des pratiques du design, les outils que sont les visualisations et les illustrations ne sont plus seulement générés par les chercheurs (ou designers) mais aussi par les acteurs eux mêmes. De cette manière, les cohortes ont généré des schémas, représenté leurs relations sous forme d'illustrations et de photographies certains de leurs objets.

Les méthodes choisies pour notre étude (voir tableau récapitulatif en fin de chapitre et détails en annexe) représentent une variété de modes de questionnement et de formats de données collectionnées. Les choix de méthodes, réadaptés pour notre étude, s'appuient sur des travaux récents concernant les relations avec les objets dans le domaine des recherches en design. Les deux exemples suivants permettent d'illustrer cette démarche.

Pour une étude sur nos raisons "pour préserver certaines choses et se séparer d'autres dans le contexte du design d'interaction" (Odom et al, 2009) la méthode appliquée pour comprendre les

comportements des personnes interrogées est une forme d'inventaire personnel, établi pendant des entretiens longs chez l'habitant. Elle a permis de collectionner une trentaine de récits, des réponses à des questions ouvertes, des enregistrements audio et des photos. Les auteurs signalent qu'il ne s'agit pas de travaux d'ethnographe, tout en empruntant certains aspects d'un approche ethnologique.

Une autre forme d'inventaire est présentée dans un livre à succès par Paula Zucotti[694], ethnographe et designer. Elle tente d'illustrer l'ensemble des objets non-fixes touchés en une journée par chacun des 62 participants, de cultures, d'âges et de profils très divers. Dans ce deuxième exemple, chaque participant notait tout ce qu'il touchait en une journée. Cette liste permettait, par la suite, la construction des (belles) photos rassemblées dans le livre.

Plusieurs points de ces deux exemples sont repris dans nos expérimentations. En premier lieu, il s'agit, comme ces deux exemples, de recherches proches de l'ethnologie sans toutefois prétendre constituer des exemples précis de cette discipline. Il est également question de recherches qualitatives, sur un nombre relativement restreint de personnes ayant des âges et des profils très divers. L'expérimentation n°1 se base sur des entretiens détaillés, en contexte domestique avec des participants (368 personnes en tout, dont 281 utilisés car ayant répondu à l'ensemble des critères définis, voir rapport en annexe) âgés de 9 à 82 ans.

Dans notre étude, les **EX3**, **EX4**, **EX7** et **EX8** reprennent une forme d'inventaire personnel, composé par le participant, mais les formats utilisés pour noter et pour présenter les données différents. L'**EX3** consistait en une liste dessinée directement, de mémoire, or dans **EX4**, **EX7** et **EX8** les participants ont dressé au fur et à mesure une liste d'objects touchés lors d'une journée, ou une partie de la journée, chez eux. Dans deux cas (**EX3**, **EX4**) l'inventaire est présenté sous forme d'image, soit en forme de liste dessinée soit sous forme de photo composée. Dans les deux autres cas, la liste sert de support pour aider le participant à choisir des objets du quotidien à commenter et à décrire.

Les deux exemples cités ci-dessus (Odom & al, 2009, Zucotti, 2015) montrent deux façons d'aborder la question des relations aux objets à travers des inventaires, en échange direct avec le chercheur par entretien, pour le premier ou, sous forme de "*self-report*", sans échange direct avec un interlocuteur au moment de dresser la liste pour le second. Les deux angles de vue sur la relation sont présents dans les experimentations menées pour notre étude, ce qui permet aussi de

---

[694] Zucotti, 2015, *Every Thing We Touch*, Penguin, Random House, UK

comparer l'influence que peut avoir l'échange direct, l'entretien ou la conversation, par rapport à une réflexion individuelle.

L'objet ordinaire

Tout comme l'étude de Odom et al., citée ci dessus, plusieurs travaux en lien avec le design se sont focalisés sur les relations d'attachement aux objets et, plus spécifiquement, aux relations dans la durée. L'autre trait important pour notre étude est le focus sur l'objet ordinaire. Les travaux de Ruth Mugge (Mugge, 2009, discuté en chapitre 2.3) tentent d'aborder les relations non-traitées dans des études précédentes, c'est-à-dire les relations d'attachement aux "*ordinary products*" plutôt qu'aux objets favoris, spéciaux, chéris… De ce fait, Mugge interroge, lors de ses recherches, les relations de sa cohorte avec leur sac à dos, avec une caméra, avec leur vélo. Mais dans le cas de ses études, les categories et les types d'objets sont choisis par la chercheuse, créant, en certains cas, des difficultés si l'objet en question n'a pas généré d'attachement[695]. Dans notre travail, le choix des objets par des participants semblait constituer une source d'information importante en permettant d'identifier des traits communs aux relations quel que soit l'objet quotidien et en cernant quelques catégories ou typologies d'objets plus propices à la création de relations pérennes.

Plutôt qu'une focalisation sur une famille d'objets par avance, par exemple le mobilier[696] ou les téléphones portables (Karapanos et al, 2009, 2010), le but était d'aborder l'ensemble des objets, même les plus banaux, croisés quotidiennement, en dehors des objets fixes, d'où l'intérêt de l'approche de Zucotti (2015). Les produits traités dans les études proches du design d'interaction (eg: Karapanos et al, 2009, 2010) sont des objets dont le contenu (informatique, accès aux réseaux etc.) et la capacité à stocker des données vont probablement influencer la relation. Notre étude cherche plutôt à comprendre des relations aux objets en dehors des catégories à fort contenu, déjà très étudiées dans le domaine du design d'interaction.

Chapman (2015) déplore que le plupart des études sur les relations aux objets se focalisent sur des objets avec des liens profonds et suggère qu'il faut plutôt regarder la pléthore d'objets produits en masse qui remplissent la vie de tous les jours sous la forme d'un assemblage instable d'objets plus superficiels et éphémères (Chapman, 2015, p58). Dans ce but, les expérimentations menées traitent, dans certains cas, d'une relation à un seul objet et jusqu'à une sélection parmi un grand nombre d'objets afin de ne pas passer à coté des objets les plus usuels. Il s'agit de tenter de

---

[695] Mugge, 2009, pp55 - 66, dans le cas d'un sac à dos choisi pour une des études, la manque de qualité physique de l'objet a réduit la pertinence d'une étude sur le développement d'attachement dans le temps avec l'objet.

[696] Mariano Ramirez, Kimmi Ko & Stephen Ward, Introducing industrial design students to long-term product attachment, in Connected, 2nd International Conference on Design Education, UNSW, Sydney, Australia, 2010

se focaliser sur le "gros de la troupe, l'armée innombrable des objets anodins et sans histoire" trop souvent " masqués à tort par quelques bataillons de porteurs de symboles".[697]

Les **EX1** et **EX6** traitent des relations à un objet isolé et l' **EX7** compare deux objets. Les inventaires (**EX3**), contiennent de 5 à 10 objets, et dans les **EX4**, **EX5** et **EX8** il s'agit de commenter plusieurs objets parmi des ensembles beaucoup plus importants (l'ensemble d'objets regardés dans une pièce, ou l'ensemble d'objets touchés pendant une journée).

Les objets en contexte

Selon la conclusion de la section précédente, la question du contexte des objets est un élément essentiel de l'étude des relations aux objets quotidiens. La volonté d'étudier les relations dans leur contexte relie notre approche à celle de l'anthropologie, un domaine qui influence fortement les méthodes de recherche en design. Dans un séminaire sur la notion d'une "*design anthropology*"[698], Tim Ingold évoque dans cette discipline la détermination de montrer que la connaissance "*grows from the crucible of lives lived with others…in the skills of perception and capacities of judgement that develop in the course of direct, practical and sensuous engagements with our surroundings.*" et le design serait une forme de pratique qu'il appelle "correspondance", proche de la notion de "*participant observation*"[699] dans cet engagement avec notre environnement.

Vermaas & Vial (2018) citent la proposition d'Alain Findeli de considérer le projet en design en termes de deux moments principaux, le process (*conception*) et l'expérience (*reception*). Ce deuxième moment est donc "*what happens to the project's output once it starts its life in the social world*". Notre approche se place clairement dans ce deuxième moment du design dont la prise en compte du contexte est une évidence. Cette approche s'inscrit dans une démarche de

---

[697] Kaufmann JC. Le Monde Social de Objets, In: *Sociétés contemporaines* N°27, 1997. Autour d'Everett C. Hughes. pp. 111-125

[698] Tim Ingold, Design Anthropology is not, and cannot be, Ethnography, 2014. Pour Ingold, le design "*is not and cannot be a practice of ethnography; it is rather an alternative way to ethnography of doing anthropology – a way that releases the speculative and experimental possibilities of the discipline*".

[699] *Participant observation* a une très longue histoire dans le domaine de l'anthropologie et comporte l'idée du chercheuse/ chercheur qui participe dans la vie et le contexte des personnes observées. Dans les méthodes en design, la notion d'immersion (des designers) dans le contexte reste très important. Il est aussi beaucoup question désormais des personnes observées qui deviennent des participants dans le processus de recherche et du design. Il est aussi important de noter que le temps d'immersion des designers dans un contexte de vie est probablement très différent du temps en anthropologie.

pratique du design mais reste aussi fortement influencée par des études en anthropologie[700] ainsi qu'en sociologie[701].

Plus de la moitié des expérimentations de notre étude se passe entièrement *in situ* (**EX1**, **EX4**, **EX6**, **EX7** et **EX8**). L' **EX3**, et surtout **EX5** tente d'explorer les différences entre une description à distance (des objets et du contexte) et le regard *in situ*.

La nature de la cohorte

Notre cohorte pour les expérimentations se divise en deux groupes distincts. Un tiers des personnes participant à l'ensemble des expérimentations sont des étudiants en design en études supérieures, âgés de 18 à 26 ans. Il est accepté dans cette étude qu'une population d'étudiants en design n'aurait pas a priori des relations aux objets représentatives d'une population plus large. L'âge de ce groupe réduit probablement le nombre d'objets possédés et la durée de possession. En même temps, cette cohorte pourrait être plus sensible à l'objet physique et entretenir avec lui des relations plus fortes. Fenko et al (2008)[702] suggèrent que les étudiants en design peuvent être plus conscients de leurs expériences en tant que consommateurs que d'autres groupes. Ces biais doivent être pris en compte dans l'analyse des réponses et artefacts générés par ce groupe.

Les deux autres tiers des participants sont essentiellement des non-designers, d'âges très divers en ce qui concerne l' **EX1** (des entretiens *in situ* sur un objet de tous les jours que l'on souhaite garder[703]). Deux expérimentations (**EX5** et **EX8**) sont beaucoup plus détaillées et concernent un nombre très réduit de participants. Pour ces deux cas, suivant les observations de Csikszentmihalyi & Rochberg Halton (1981) sur les différences importantes dans la nature de relations aux objets selon l'age et le genre, la cohorte est constituée de femmes entre 40 et 70 ans[704]. Cette tranche d'âge représente, a priori, la période de vie où le nombre de possessions est le plus important. La variété en nombre et en détail des expérimentations permet un regard au

---

[700] Par exemple, Miller D. *The Comfort of Things*, une étude (basée sur des entretiens avec 30 personnes, tous habitants de la même rue ou presque) sur les relations aux objets, et leur rôle dans la gestion (psychologique) individuelle de perte dans la vie de tous les jours.

[701] *The meaning of things, Domestic Symbols and the self,* Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton, 1981, est un livre référence dans la question des relations aux objets quotidiens, basé sur des entretiens avec 315 personnes dans 82 foyers (et familles) américains.

[702] Anna Fenko, Henrick Schifferstein & Paul Hekkert, Which senses dominate at different stages of product expérience? In: Undisciplined! Design Research Society Conference 2008, Sheffield Hallam University, Sheffield, UK, 16- 19 July 2008. Etude sur dominance sensorielle dans les relations aux objets, cohort d'étudiants en design industriel. Ces auteurs signalent aussi, comme dans notre cas, que l'utilisation de questions plutôt simples et ne nécessitant pas de connaissances spécialisées réduit les problèmes liés à leur choix de cohort.

[703] L'objet et relation à commenter est choisi par le participant

[704] Csikszentmihalyi & Rochberg Halton, 1981, p105 - 112. Même si nous pouvons considérer que certains stéréotypes de comportement genrés ont évolués depuis des années 1980, les choix d'objets dans notre expérimentation no.1 confirme plutôt les différences signalés par ces auteurs.

niveau individuel ou "idéographique"[705] ainsi qu'au niveau "agrégat" pour tenter de détecter des traits communs (*patterns*).

Différents aspects de la temporalité

Le temps est un élément central dans la question des relations plus pérennes avec les objets. L'approche méthodologique doit permettre d'aborder plusieurs questions autour de la temporalité.

Nos expérimentations se basent sur des entretiens et des réflexions personnelles sur des rapports aux objets en contexte domestique. Il n'est pas question d'une approche en laboratoire. Nos données se basent donc sur des éléments plus ou moins déclaratifs. Si l'on considère que la relation avec un objet capable de relations plus pérennes est une forme d'expérience émotionnelle ou hédonique, il faut accepter que le récit ou le rapport que les gens font sur cette expérience peut se baser sur deux mécanismes très différents. Le récit en temps réel (*concurrent*) sur l'expérience affective se base sur une introspection sur un moment très court et l'accès à cette information sur l'expérience émotionnelle est très éphémère. Par contre, le récit global traite la manière dont les gens se sentent, de façon générale, lors d'une activité[706]. L'expérience individuelle n'est plus accessible et les gens s'appuient sur la connaissance "*sémantique*". Schwartz, Kahneman & Xu (2009) synthétisent ainsi les problèmes posés par ces deux types de récit/rapport;

> *"In general, choices and global reports of "usual" enjoyment are likely to show good convergence - but may fail to capture what people actually experience in situ. Conversely, concurrent and retrospective episodic reports also show good convergence and capture actual hedonic experience - but may fail to predict people's choices and behaviours."*

L'exploration des relations que les participants à nos études entretiennent avec leurs objects de tous les jours doit prendre en compte la possibilité de différences importantes venant de ces deux niveaux de mémoire.

Evangelos Karapanos a participé à plusieurs études sur la longévité des relations avec les objets dans le domaine du HCI. Il a travaillé plus spécifiquement sur les relations avec les téléphones portables. Les téléphones portables, comme catégorie d'objet sont un cas d'étude très spécifique; avec des fonctionnalités très poussées; une présence à l'intérieur et à l'extérieur de l'espace domestique; une importance symbolique et statutaire. Il ne s'agit pas, clairement, d'un

---

[705] Csikszentmihalyi M., 2014 (article original 1983, avec R.Larson) The Experience Sampling Method, in *Flow and the Foundations of Positive Psychology*, Springer, Dordrecht

[706] Norbert Schwartz, Daniel Kahneman & Jing Xu,, Global and Episodic Reports of Hedonic Experience, in *Calendar and Time Diary Methods in Life Course Research*, ed; Belli R., Stafford F. & Alwin D. Sage publications, 2009

cas d'objet noyé dans la masse des choses côtoyées dans nos vies de tous les jours. Bien que ces études traitent d'un objet singulier devenu très important, les questions sur des méthodes d'étude (sur les relations plus longues) posées par Karapanos et ses collègues restent très pertinentes ici.

Karapanos et al.[707] identifient trois approches méthodologiques pour comprendre les évolutions des expériences et des comportement des utilisateurs avec le temps. Les approches "*cross-sectional*" (qui seraient les plus populaires en HCI) identifient des groupes d'utilisateur à des niveaux d'expertise ou de durée de possession différents et comparent les expériences de chaque groupe. Les approches d'échantillonnage[708] "*repeated sampling"* ou "*longitudinal"* étudient les mêmes participants à différents moments dans leur expérience. Les études dites longitudinales prennent plus que deux mesures et fournissent ainsi plus d'informations sur l'évolution d'une d'expérience. La troisième approche, plus flexible, moins laborieuse et moins lourde en termes de charge (*burden*) pour le participant est celle dite "rétrospective". Des versions de ces approches comme le Day Reconstruction Method (DRM) ou le Event Reconstruction Method (ERM) (Schwartz et al, 2009) demandent aux participants de repenser à des épisodes récents, pendant qu'ils y ont en encore accès. L'approche DRM demande d'abord au participant de créer un journal simple des événements de la veille afin de se remémorer ses expériences (*reinstantiate the previous day into working memory*). Ceci permet d'éviter des biais rétrospectifs menant au recours à la memoire globale.

Dans les **EX4**, **EX5** et **EX8** les notes prises par les participants sur tout ce qu'ils ont touché peuvent permettre de se focaliser sur les objets et leur relations dans un contexte courant et épisodique plutôt que global.

Karapanos et al (2010), et Kujala et al (2011)[709] proposent des méthodes rétrospectives (*iScale* et *UX Curve* respectivement) pour aider des participants à commenter des expériences avec des produits sur des périodes beaucoup plus longues (3 à 12 mois). Partant du principe de DRM, ces outils créent une trame qui impose un ordre chronologique pour aider les participants à reconstruire et à se souvenir d'épisodes marquants dans leur expérience. S'appuyant aussi sur Norman, 2009[710], les auteurs suggèrent que, même si les souvenirs ainsi collectés peuvent être

---

[707] Evangelos Karapanos E., Jean-Bernard Martens J.B., & Marc Hassenzahl M. On the Retrospective Assessment of Users' Experiences Over Time: Memory or Actuality?, in *CHI 2010*, Atlanta, GA, USA, 2010

[708] Des examples de ces approches cités par Karapanos et al. sont Experience Sampling Method, Hektner et al, 2007 (Hektner, J.M., Schmidt, J.A., and Csikszentmihalyi, M., Experience sampling method: Measuring the quality of everyday life. 2007: Sage Publications Inc.) ou Csikszentmilhalyi, 2014 (1983) et Event contingent Diaries, Bolger et al, 2003 (1. Bolger, N., Davis, A., and Rafaeli, E., DIARY METHODS: Capturing Life as it is Lived. Annual Re- view of Psychology, 2003. **54**(1): p. 579-616)

[709] Sari Kujala, Virpi Roto, Kaisa Väänänen-Vainio-Mattila, Evangelos Karapanos & Arto Sinnelä, UX Curve: A method for evaluating long-term user experience, *Interacting with Computers*, British Informatics Society Ltd, Elsevier, 2011

[710]

différents et manquer des détails des expériences réelles passées, ce sont ces souvenirs qui vont guider le comportement futur des individus et qui ont le plus de sens pour eux.

Notre approche est un peu différente sachant que nous voulons une vision la plus détaillée possible sur les composants des relations. Dans notre cas, nous ne demandons pas directement à quels moments ces expériences ou ces épisodes ont modifié ou marqué la relation. Nous pouvons néanmoins commencer à constater à quel point nos participants utilisent ces éléments épisodiques et globaux pour justifier ou qualifier leur relation.

Les méthodes iScale et UX curve utilisent, toutes les deux, des formes de dessin: une forme de courbe ou ligne qui monte et descend selon les expériences positives et négatives avec annotations sur les moments marquants. Cette forme dessinée pour représenter l'évolution de l'expérience avec le produit semble, selon les auteurs, avoir aidé les participants à se souvenir d'un nombre plus important de détails. Même s'il ne s'agit pas dans nos études d'une representation temporelle de l'expérience dans le temps, plusieurs de nos expérimentations emploient une représentation dessinée des objets et de leurs qualités et détails, associée à un mémo ou à une annotation courte explicative.

Un autre avantage des représentations dessinées (**EX3**, **EX6** et **EX7**) est le fait de générer automatiquement plus de temps pour la réponse. Cette notion de temps de réponse est également présente dans l'expérimentation basée sur des *design probes* (**EX8**) où les participants ont pris entre une et quatre semaines pour commenter des objets de leur quotidien. Et finalement, comme le fait Tim Ingold[711], il est important de noter, que le dessin "*is a mode of description that has not yet broken away from observation*." Le dessin est selon lui une trace du geste observationnel qui est en cours, une forme de description qui reste en lien avec l'observation.

Un biais de focus; regarder le familier

Ingold (2014) suggère que les modes de collection de données propres au design peuvent être:

> *"ways of joining with people in moving forward with their lives, rather than as ways of collecting 'material' on or about them. And they amount, at the same time, to a process of learning, an education of attention – a way of looking at familiar things rendered unfamiliar by the introduction of inventions of our own".*

La dernière partie de nos expérimentations, en forme de design probe tente justement de permettre ce regard nouveau sur ce qui est familier.

---

711 Tim Ingold, Creativity - Abduction or Improvisation, séminaire à Keble College, Oxford, 2011, disponible sur; https://podcasts.ox.ac.uk/creativity-lecture-3-creativity-abduction-or-improvisation, accedé au 18,04,19

En même temps, ce nouveau regard risque de modifier la relation avec l'objet en question. Ce point constitue une des raisons pour ne pas mettre en place des méthodes plus longitudinales afin de ne pas créer de nouveaux épisodes hors du cadre de l'utilisation quotidienne dans les relations avec les objets.

Les objets concernés par notre étude sont, en partie, des objets très familiers que nous ne regardons pas toujours mais avec lesquels nous pouvons avoir, peut-être, des relations pérennes. De ce fait, les expérimentations mettent en place différents modes de sélection d'objets à commenter. Dans certains cas, il y a une phase de choix plutôt directe (**EX1**, **EX3** et **EX6**) mais dans d'autres cas, le processus plus systématique d'inventaire (**EX7** et **EX8**) devrait permettre la présence d'objets utilisés de façon moins consciente.

La question de conscience est le dernier point qu'il est important d'aborder par rapport à l'approche méthodologique. Kaufmann (1997, p113)[712] signale que "l'objet fonctionne comme un repère dans les enchaînements de gestes…les objets sont saturés de significations implicites." Ainsi, dans les processus d'incorporation des objets dans notre quotidien, nous n'avons qu'une hâte, "faire disparaître l'objet en tant que réalité extérieure" (*ibid*, p119).

Notre recherche traite des relations avec une part d'implicite et d'inconscient. Il est d'abord important de ne pas lier directement ces deux notions. Greenwald & Banaji[713] tracent l'intérêt croissant pour l'implicite en psychologie mais mettent en garde contre tout raccourci liant implicite et explicite avec inconscient et conscient. Ils suggèrent plutôt de lier l'implicite avec l'indirect. Ils mentionnent aussi le fait que "*unconscious*" est resté un mot tabou pendant une grande partie du 20 siècle.

Les associations implicites peuvent, depuis 20 ans, être mesurées, avec par exemple l'Implicit Association Test (IAT) présenté par Greenwald et al.[714], mais ce type de mesure semble peu adapté à une approche *in-situ*. Il reste néanmoins essentiel de considérer que la mémoire implicite et que la cognition implicite influencent nos résultats. En lien avec les mesures implicites, Greenwald et Banaji (2017) questionnent également la validité des mesures explicites de "*self report*". Ils signalent que dans le cas d'études sur les attitudes (sociales), il y a une corrélation faible entre les mesures implicites et explicites, (hors les cas où le comportement

---

[712] Jean-Claude Kaufmann. Le monde social des objets. In: Sociétés contemporaines N°27, 1997. Autour d'Everett C. Hughes. pp. 111-125

[713] Anthony Greenwald & Mahzarin Banaji, The Implicit Revolution: Reconceiving the Relation Between Conscious and Unconscious, American Psychologist, Vol 72, No 9, p861 - 871, 2017,

[714] Greenwald et al. 1995, 1998, cité par Greenwald & Banaji, op cit.

"*behavioural indicators"* a une corrélation forte avec les deux) et ils concluent que "*explicit measures are both informed by and (possibly) rendered invalid by unconscious cognition*".

Dans le cas de notre approche nous ne devons donc pas considérer une validité complète de l'introspection explicite sous forme de self-report ou de réponses en entretien[715].

Conclusion

L'approche méthodologique de cette étude est en lien avec les méthodes de recherche issues des pratiques du design et aussi des méthodes émergentes dans la recherche en design[716]. Le but a été une approche progressive et en partie expérimentale. L'étude menée sur un temps long a permis de générer de multiples vues sur le sujet et ainsi une triangulation des résultats[717]. Conforme à l'approche du design et à ses liens avec l'anthropologie, l'étude est menée en contexte avec en grande partie une cohorte large et diversifiée.

La temporalité des relations a été abordée par des méthodes rétrospectives plutôt que longitudinales pour éviter de modifier la nature de relations a priori peu singularisées. Toutefois la sélection des objets à commenter par les cohortes des différentes expérimentations ne se repose pas seulement sur la rétrospection pour permettre d'aborder les objets réellement présents en contact quotidien.

Une partie des expérimentations se base sur une forme d'introspection explicite de la part des participants, dont il faut accepter les limitations. L'influence de la memoire implicite et de la cognition implicite n'est pas abordée directement par les expérimentations et représente une opportunité de recherche future en lien avec notre sujet.

Afin d'augmenter la validité et surtout la "*repeatability*" de ces études, chaque expérimentation est décrite en détail en annexe. La table ci-dessous donne une vue globale des huit familles d'expérimentations ainsi que leur points principaux.

---

715 mais nous pouvons peut-être considérer que le comportement peut renforcer la validité. Il reste essentiel néanmoins d'accepter que la notion de comportement, ou "indicateur de comportement" est très large. Dans notre cas, il convient seulement de considerer que le comportement peut constituer une forme de confirmation

716 Dans un article sur un exemple recent de recherche par le design (RtD), les auteurs évoquent l'évolution de la recherche en design. "*RtD and postphenomenology share a common goal of understanding technologies, foregrounding the role of things and the relationships humans have with them. A migration towards this philosophical perspective shifts the emphasis of design research to explore the relations between humans and things, rather than human behavior or qualities of things"*. (Sabrina Hauser, Ron Wakkary, William Odom, Peter-Paul Verbeek, Audrey Desjardins, Henry Lin, Matthew Dalton, Markus Schilling, Gijs de Boer, Deployments of the table-non-table: A Reflection on the Relation Between Theory and Things in the Practice of Design Research, *CHI 2018*, April 21–26, 2018, Montreal, QC, Canada)

717 Green S., 2015, cite Cresswell J.W. (2002) Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Method Approaches, Thousand Oaks, CA, Sage., p196 et sa liste en huit points pour augmenter la validité des méthodes mixtes: 1) Triangulation (des résultats), 2) Participant checking (les participants valident les résultats, 3) Detailed descriptions of findings, 4) Clarify potential bias, 5) Present negative findings, 6) Spend prolonged time in the field, 7) Peer de-briefing, 8) External audit. Notre approche suit en principe l'ensemble de ces points hors l'audit externe.

	TITLE	*Description*	***N=** (total)/ cohort age*	*Output/format*	*no. objects/ personne*
1	EVERYDAY THINGS WE CARE ABOUT	In-depth interviews, in-situ on one (not favourite) object kept	**281** (368) *9 - 82yrs*	Formatted interview notes (with some hierarchisation), some photos	1
2	MAPPING WHY WE KEEP THINGS	Student determinant models, review and synthesis on their results	**16** (20) (of models produced)	Graphic schemas as quick paper models/ Illustrator models	n/a
3	DAILY STUFF THAT MATTERS	Mini-(memory) inventory	**35** (42) *18 - 25yrs*	sketched list with notes and comments	5 - 10
4	EVERYTHING I TOUCHED	Inventory of everything touched - from 2 - 24 hrs	**23** (27) *18 - 25yrs*	reflected re-presentation in sketches or photos, composed page	15 - 90
5	WHAT I SEE AT HOME	Virtual + in-situ recorded oral inventory	**3** *40 - 55yrs*	audio recording transcribed, researcher notes + photographs	33 - 59
6	A THROWAWAY THING I KEPT	Illustrated “story” of one kept ephemeral object	**26** (37) *18 - 25yrs*	Poster story, photo/sketch and text	1
7	TWO OPPOSING POSSESSIONS I LIKE	Everything touched, followed by illustrated choice of 2 appreciated objects	**48** (117) *18 - 21yrs*	2 hand drawn A3 “posters” with detailed observation drawing of objet and reasons for appreciation/choice	2
8	PROBE OF EVERYDAY THINGS	Probes, starting with all I touch in a day inventory	**8** *40 - 71yrs*	Self-report notes in different formats, story-telling, photographs	32 - 88

Tableau 3,1. *Aperçu des huit familles d’expérimentations*

3.2 Questions principales

"You would think that the best way to fathom the depths of human experience would be to attend to the world itself, and to learn directly from what it has to tell us. This, of course, is what inhabitants do all the time, in their daily lives, and they have much to teach us." [718]

Afin de tenter d'identifier les mécanismes qui agissent sur la durée des relations physiques avec nos objets quotidiens, notre phase d'expérimentation vise une compréhension des relations plus pérennes déjà existantes avec les objets usuels dans la vie de tous les jours. L'approche méthodologique détaillée dans le chapitre précédent détermine le cadre de nos expérimentations; les relations aux objets sont questionnées essentiellement in situ dans l'environnement domestique.

Les conclusions de la revue des cadres utilisés pour décrire les relations aux objets précisent des questions que l'ensemble des expérimentations devrait éclaircir. Il semble important de confirmer que le premier point à valider est la nature multi-factorielle des relations plus pérennes, et de ce fait;

1) **Peut-on confirmer la présence de multiples facettes/déterminants**[719] **dans les relations aux objets plus pérennes?**

2,1) **Peut-on identifier les facettes/déterminants les plus importants dans les relations plus pérennes?**

2,2) **Peut-on hiérarchiser les facettes/déterminants les plus importants dans les relations pérennes?**

L'identification des facettes/déterminants les plus importants demande aussi que chacune puisse être clairement nommée et décrite et donc:

3) **Peut-on (mieux) décrire la nature des principaux déterminants qui agissent dans les relations plus pérennes?**

---

[718] Tim Ingold, *Correspondences*, published by University of Aberdeen; available à knowingfromtheinside.org, 2017, p 40,

[719] Pour l'instant, il ne semble pas pertinent de statuer sur le terme le plus judicieux, mais plutôt de garder à l'esprit qu'il peut s'agir de facettes, de facteurs, de determinants, de niveaux, de composants ou de registres pour en nommer certains des mots déjà employés, et déjà cités dans les sections précédentes.

Les conclusions de la section précédente indiquent que plusieurs déterminants déjà identifiés dans la littérature ne semblent pas clairement définis en ce qui concerne des relations plus pérennes. La manière dont le plaisir doit être pris en compte dans les déterminants est un point qu'il semble important d'aborder. Un autre composant dont la place semble peut-être trop incertaine est celle de la fonction et de la fonctionnalité de objets (et de leur utilisation). L'identité de soi est peut-être un autre point dont l'importance reste à mieux définir. Quelle est l'importance à donner à l'identité de soi dans les relations plus pérennes aux objets, à leur rôle autobiographique?

Ces trois questions principales autour des facettes sont abordées dans chaque experimentation et les observations issues de l'ensemble des expérimentations sont présentées en section 3,5.

D'autres questions sont soulevées par les conclusions de la section précédente et sont abordées dans une ou plusieurs expérimentations. (Il s'agit de questions potentiellement larges. Le but n'est pas de prétendre répondre de façon compréhensive à ces questions, mais plutôt de permettre l'organisation d'observations importantes et d'identifier des pistes pour de futures recherches.)

L'exploration des différents cadres aptes à décrire des relations pérennes dans la section précédente met en lumière le peu de place accordée à la matière. La matérialité ou la présence de la matière et même peut-être la présence de l'objet physique semble peu prises en compte. Il convient de tenter, par nos expérimentations, de mieux comprendre la présence physique des choses dans les relations avec eux, avec comme question principale:

4) **Est ce que (et de quelle manière), la matière est-elle présente dans les relations plus pérennes aux objets?**[720]

5) **Est ce qu'on remarque les objets pérennes du quotidien? Est ce qu'on regarde les objets du quotidien une fois intégrés dans les habitudes?**

Sachant que la manière dont on se rend compte de la présence des objets n'est pas forcément par le regard:

[720] Cette question en soulève d'autres, et en premier lieu la notion d'invisibilité, déjà évoquée, en chapitres 2,6 et 2,7. Quels objets quotidiens sont remarqués? De quel manière remarque-t'on des objets dans notre quotidien et est ce que les objets faisant partie de relations plus pérennes sont d'avantage remarqués? Il semble important aussi de clarifier si remarquer, regarder ou un autre terme serait plus juste pour le fait de se rendre compte des objets dans notre environnement quotidien.

6) **Est ce qu'on peut confirmer l'importance du corps et des actions corporelles/ incorporées dans les relations plus pérennes?**

Et à partir de cette confirmation, si elle a lieu, peut-on mieux décrire l'implication du corps et les actions corporelles dans les relations plus pérennes aux choses physiques?

7) **Quelle place donner au temps comme composant d'une relation avec des objets du quotidien[721]?**

Sur ce point il faut noter qu'il existe beaucoup de temporalités différentes qui rentrent en jeux dans les relations aux objets, et comme nous l'avons vu dans le chapitre 2,7, la question du temps doit probablement être abordée avec différentes notions autour des pratiques et du contexte.

Afin de situer la recherche, il convient de préciser de quels objets on parle:

8) **Quels objets sont cités par les gens comme faisant partie de relations plus pérennes?**

L'objectif de cette recherche est de mieux comprendre les mécanismes et donc les composants des relations plus pérennes avec les objets, les questions 1), 2) et 3). Mais sachant que chaque commentaire ou description par notre cohorte est précédée par la sélection d'un objet par le participant et non par la chercheuse, les objets qui résultent de cette sélection constituent une information importante. (Voir chapitre 3,3)

Ci-dessous les questions que chaque expérimentation permet d'aborder sont listées. Le détail des questions et certaines réponses[722] propres à chaque expérimentation se trouvent dans l'Annexe[723]. Les questions sont listées ici par expérimentation:

EX1: Everyday_things_we_care_about

(Entretiens semi-structurés, *in situ*, sur une relation pérenne avec un objet quotidien)

questions;

Avec quels objets du quotidien exprime-t-on un attachement ou souhaite-t-on conserver?

De quelle manière sont décrits les objets d'attachement qu'on souhaite conserver?

---

[721] Le temps dans les relations est un autre point qui reste peu abordé dans les cadres théoriques explorés dans la section précédente est. Comment se focaliser sur des relations dans le temps? Comment mieux comprendre la façon dont le temps joue dans une relation plus pérenne, sa construction, sa pérennisation?

[722] Il semble pertinent de noter l'ensemble des questions qui peuvent être éclairées par les expérimentations, même si nous sommes conscientes de ne pas pouvoir répondre en détail à toutes ces questions dans le cadre de cette étude.

[723] Les expérimentations ont utilisé l'anglais et le français. Afin de rendre l'Annexe lisible par le plus grand nombre, elle est rédigée principalement en anglais.

Quelles raisons sont données pour la relation positive avec les objets à conserver?

Quelle hiérarchie, s'il y en a, est donnée aux raisons pour conserver un objet?

EX2: Mapping_why_we_keep_things

(Représentations schématiques pour décrire les composants des relations plus pérennes)

questions;

De quelle manière des étudiants en design, sensibilisés aux relations plus pérennes aux produits, vont représenter schématiquement ce phénomène?

Quels sont les principaux points de convergence et de divergence dans ces représentations?

Quels mots et quelles descriptions sont les plus présents dans ces représentations?

De quelle manière ces vues d'étudiants/participants se comparent t-ils aux modèles existants et aux autres résultats des expérimentations?

EX3: Daily_stuff_that_matters

(Inventaire dessiné et annoté sur dix objets d'utilisation quotidien)

questions;

Est-on conscient de, et capable d'identifier facilement, les objets/choses qui comptent pour nous?

Pour quelles raisons ces objets comptent pour nous?

Quels elements sortent de chaque narration d'inventaire prise dans l'ensemble?

Quels sont les points de convergence et de divergence dans ces narrations?

EX4: Everything_I_touched

(journal de tous ce qu'on touche pendant une journée et visualisation 2D)

questions;

Quels sont les avantages et désavantages du protocole "tout ce que l'on touche"?

Quelle vue d'ensemble est générée par le protocole, et peut-elle se comparer aux data des inventaires?

Les objets que nous touchons quotidiennement sont-ils différents de ceux qui comptent dans notre esprit?

Y-a-t-il des objets touchés quotidiennement qui ne figurent pas en termes de choses qui comptent?

EX5: What_I_see_at_home

(Deux entretiens approfondis, 1er hors contexte et 2ème *in situ* quelques jours plus tard)

questions;

Est-il aisé à distance d'identifier des objets auxquels on tient?

Quels sont les objets qui viennent à l'esprit quand ils ne nous entourent pas?

De quelle manière ces objets sont-ils décrits à distance?

Dans quel ordre (et quels objets) apparaissent-il hors contexte?

Quelles relations aux objets dans l'espace domestique semblent être ignorées?

Quels sont les objets quotidiens invisibles que l'on apprécie et auxquels on tient?

EX6: A_throwaway_thing_I_kept

('self-report' illustré sur un objet jetable gardé, en forme d'affiche simple format A3)

questions;

Est ce que les raisons pour garder ou apprécier des objets éphémères peuvent donner une vue accélérée sur les relations plus pérennes aux produits?

Les determinants mentionnés dans les relations avec les objets jetables sont-ils comparables à ceux des objets plus durables?

Est ce que les matériaux et la matérialité semblent importants dans ces relations prolongées aux objets éphémères?

L'identité de soi et l'autobiographie semblent-ils importants dans ces relations prolongées aux objets éphémères?

EX7: Two_opposing_possessions_I_like

(journal d'objets touchés en une journée et illustration annotée de 2 objets contrastés)

questions;

Quelles qualités qui s'opposent n'influencent pas de façon négative les relations durables aux produits?

Quels points communs sont identifiables dans les descriptions des deux objets qui s'opposent?

Quels objets contrastés touchés quotidiennement peuvent générer de l'appréciation et des relations pérennes?

EX8: Probe_of_everyday_things

(kit en forme de “probe”; à faire de façon autonome pendant au moins une semaine)

questions;

Y-a-t-il des objets/choses qui comptent pour nous sans avoir une signification symbolique particulière?

Quels objets touchés quotidiennement veut-on consciemment garder?

Est ce que l’on considère des objets du quotidien en termes de conservation/pérennité?

Combien d’objets dans notre contact quotidien comptent réellement pour nous?

3.3 De quels choses/objets est-il question?

"J'ai effectué une liste plus ou moins exhaustive des objets de la maison qui nous entourent; objets utiles, objets fétiches, objets souvent dont on se sert tous les jours sans s'en rendre compte…notre esprit, notre pensée entrainent nos mains vers certains objets plutôt que vers d'autres pourtant placés à côté…

Cette citation de ***L.*** dans **EX8** situe très bien la mission de ce chapitre qui est de préciser de quels objets il est question. L'ensemble des expérimentations concerne les objets ou plutôt les "choses" de tous les jours. Il s'agit d'une catégorie très large au sein de laquelle les participants aux expérimentations ont choisi les objets domestiques considérés comme étant plus pérennes. Les participants à nos expérimentations, comme ***L.***, ont listés, choisis, décrits des choses parmi celles qui les entourent, de façon plus ou moins orientée, et de façon plus ou moins selective selon les consignes (voir le détail des protocoles pour chaque expérimentation en annexe).

Ci-dessous le type d'objet abordé dans les expérimentations est décrit en rapport à d'autres recherches récentes sur des relations aux objets: des objets ordinaires, du quotidien, sans signification émotionnelle particulière, de tout type et catégorie de l'univers domestique. Ensuite, l'éventail d'objets apparu dans notre recherche (sélectionnés comme potentiellement pérennes) est présenté et commenté.

Notre approche au sujet des relations plus pérennes part du principe, déjà exprimé par d'autres chercheurs, qu'il est important de comprendre ce qui se passe au niveau de la grande majorité des objets de tous les jours et non pas des relations avec quelques objets précieux et singularisés (Chapman, 2015). Notre recherche se focalise sur les "*ordinary consumer durables*[724]", les produits qui constituent la majorité du marché (Mugge, 2008). L'adjectif "ordinaire", dans le sens commun, courant ou habituel définit effectivement ce sur quoi porte nos études. La notion de durable (voir note ci-dessous) est variable, mais différencie ces produits de ceux qui sont non-durables ou jetables.

---

[724] consumer durables = - *goods that last a long time and are not intended to be bought very often*; https://dictionary.cambridge.org/,

- "*they may be used for purposes of consumption repeatedly or continuously over a period of a year or more*" = OECD glossary of statistical terms, accédé au https://stats.oecd.org/glossary

- "*Consumer goods are divided into three categories: durable goods, nondurable goods, and services. Consumer durable goods have a significant life span, often three years or more (although some authorities classify goods with life spans of as little as one year as durable)*"; Encyclopaedia Brittanica, accédé au https://www.britannica.com/topic/consumer-good

En dehors de leur durabilité ou statut physique, ces objets peuvent générer différents types d'expériences. Jonathan Chapman suggère que le plupart de la recherche sur les relations aux objets oubli les "*weaker signals emitted by the myriad objects in the shallows",* les objets qui caractérisent notre expérience quotidienne, et remplissent nos pièces, placards et poches. L'approche employée dans nos expérimentations sur tout ce que vous voyez **EX5** , ou tout ce que vous touchez **EX4** , **EX7** , **EX8** a pour but d'être dans l'expérience quotidienne et l'espace quotidienne domestique. Chapman utilise les notions de surface et profondeur pour décrire la nature des expériences matérielles avec les choses. Les objets qui constituent notre étude ne doivent pas seulement être ceux des expériences et relations profondes. Selon Chapman, dans les recherches de "*product life*", il est trop souvent question du peu d'objets que l'on possède qui sont émotionnellement durables. Notre recherche tente, de ce fait, de trouver des moyens de ne pas (seulement) interroger les objets dans les relations à forte charge émotionnelle.

L'étude de Odom et al. (2009), déjà citée (chapitre 2,6) illustre une volonté de ne pas traiter seulement les objets les plus "*specials*"[725], mais les questions posées dans le cadre de leur étude utilisaient des termes "*things you love*", les choses que l'on aime. A retenir néanmoins de leur étude est le fait de poser des questions sur "*things that you still use*", des choses que vous utilisez encore, ou que vous continuez d'utiliser. Leur étude utilise aussi la question "*why we preserve some things*", pourquoi nous gardons, ou conservons certaines choses. De la même manière, notre approche dans les cas d'études où un choix est demandé, était d'évoquer ce que les participants "*want to keep and keep using*…", veulent garder et veulent continuer à utiliser. Ce point rejoint la position de Mugge, (2008, p57), indiquant que les biens de consommation courants intéressent les designers et leur posent problème car ils sont souvent les produits qui sont remplacés avant le terme de leur "*technical lifetime*". Pour revenir sur le terme utilisé par Mugge, "*ordinary consumer durables*", il s'agit de produits capables de durer ou faits pour durer mais qui ne gênèrent pas forcement des relations durables et des comportements durables à leur égard. (Il faut noter que seulement **EX6** concerne les produits non-durables[726].)

Un certain nombre d'études de référence sur les relations aux objets et les relations plus durables traitent logiquement un objet ou une catégorie spécifique. Par exemple Mugge, 2008,

[725] la traduction en français serait plutôt "particuliers" ou "chers"

[726] la terminologie du Marketing pour ces produits est "*Fast Moving Consumer Goods*"

présente des études sur les relations avec des objets tels le caméra, le sac à dos, le grille pain[727], la montre. Nous trouverons d'autres exemples d'études sur les relations plus longues dans les biens de consommation courante avec Kaufmann, 2011[728] (sur les sacs à main, en termes de relation plus qu'en termes de longévité) ou encore Karapanos, 2009, 2010 (sur les smart-phones et téléphones portables). Ce sont, de ce fait, des références importantes. D'autres études, comme par exemple Blandin, 2001, (outils de communication, en termes de relation) ou Haines-Gadd et al. (*op.cit.*) (luminaires électriques, en termes de durabilité émotionnelle)[729] traitent plutôt une catégorie de produits. Chapman, 2008, traite une catégorie encore plus large: les produits électroniques domestiques. Une étude plus récente par Bakker et Schuit[730] explore sept catégories de produits domestiques électriques qui sont à la fois *use-intensive* (et de ce fait *energy-use intensive*) et ont tendance à être remplacées avant la fin de durée de vie optimale. Un apport important de cette étude est de proposer différentes approches à l'extension de la durée de vie des produits selon leurs types. Par exemple, dans le cas des téléphones portables, en 2017, les phases d'extraction et de fabrication généraient plus d'impact environnementale que l'utilisation, et de ce fait il est pertinent de promouvoir l'extension des vies des téléphones au delà des 3 - 4 ans et faciliter leur réparabilité.

Avant de pouvoir se focaliser sur une famille de produits, notre recherche tentait de savoir si tout objet ordinaire peut être concerné par la question des relations plus pérennes, en dehors de toute relation émotionnelle particulière. Ce point ne semble pas encore arrêté et parait être important à comprendre au préalable. Egalement, tout en reconnaissant l'impact du remplacement prématuré des objects électriques et électroniques, ces produits ne représentent qu'une partie de nos relations matérielles quotidiennes.

Les objets dans notre étude sont, potentiellement, de produits durables se trouvant dans l'univers habituel domestique, dans "la vie qui se passe derrière les portes fermées des foyers privés"[731]. Comme dans le livre de Daniel Miller, d'où cette citation est tirée, le choix de

---

[727] Un exemple d'une approche très différente dans le cadre des objets quotidiens est l'étude de Van Krieken et al, où un prototype de bouilloire intégrant 5 qualités identifiées comme importantes en emotionally durable design (*involvement, animacy, adapt to self-identity, evoke memories, and rewarding*) était testé sur une période de 12 jours. (Van Krieken B., Desmet P., Aliakseyeu D. & Mason J. (2012) A Sneaky Kettle: Emotionally Durable Design Explored in Practice, Proceedings of 8th International Design and Emotion Conference London 2012 Central Saint Martins College of Arts & Design, 11-14 September 2012)

[728] Jean-Claude Kaufmann, *Le Sac, Un Petit Monde d'Amour*, JC Lattès, France, 2011

[729] Haines Gadd et al citent également d'autres études sur des luminaires électriques et durabilité émotionnelle: Padró, M. B. (2014). Emotionally durable lighting An exploration of emotionally durable design for the lighting domain. et Tokaya, G. E. (2013). Ethos: Exploring emotionally durable design strategies in the field of LED lighting. Delft University of Technology.

[730] Conny Bakker & Cheyenne Schuit, The Long View: Exploring Product Lifetime Extension, United Nations Environment Programme, 2017

[731] Miller D. *The Comfort of Things*, 2008, Polity Press, London

produits de nos études se porte essentiellement sur les relations de la sphère privée. Miller tente "d'apprendre à lire les gens à travers leurs possessions". Il est évident qu'un certain nombre de produits nous accompagne jusqu'à dans la sphère publique et, sans chercher à éviter ces objets, il ne constituent pas l'essentiel de notre échantillon. Ces objets ne sont pas l'essentiel des objets qui nous entourent et nos relations avec eux seront, au moins en partie, influencées par le regard porté par d'autres dans la sphère sociale. Dans la phase d'identification proposée par Karapanos (2009) dans le cas des relations avec l'iPhone, le moment d'incorporation dans les routines quotidiennes des objets, deux perspectives sont citées; une personnelle et une sociale. Dans cette dernière il s'agit d'expression de soi, différentiation et la création d'un sens de communauté. Le sujet de notre étude étant des objets ordinaires qui peuvent passer inaperçus, la catégorie des objets plus au moins consciemment montré dans la sphère sociale n'est pas centrale. En effet, elle pourrait créer des biais qui peuvent potentiellement rendre plus complexes l'analyse des résultats.

L'étendu des objets pouvant apparaître dans les experimentations est comparable à celui du livre référence dans le domaine des études sur les relations aux objets de Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton (1981). Le but de la recherche y est la principale différence. Ces auteurs ont interrogé leur cohorte sur les objets chéris (*what was special to them*). Every Thing We Touch de Paula Zucotti (2015) est un autre projet montrant une étendu d'objets potentiellement similaire à notre étude. Ici, également, le but est différent. Zucotti tente d'illustrer la vie des participants en montrant l'ensemble des objets touchés en une journée. Ce qui est très pertinent dans ce projet est la demande de nommer de façon exhaustif tout ce qu'on touche. Cette approche est retenue pour certaines études, **EX4** , **EX7** , **EX8** , en enlevant les objets jetables et les vêtements, et en demandant aux participants de noter seulement les moments chez soi[732]. Un point en commun très important dans les trois références ci-dessus (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton, Miller, Zucotti) est la très grande diversité dans les relations aux objets qu'elles illustrent. Pour être pertinent, il semble également important que notre étude n'occulte pas cette diversité dans les relations (plus pérennes) possibles avec les objets.

Les objets mis en exergue dans nos études ne peuvent pas être considérés comme une représentation complète de ce qu'on utilise dans l'univers domestique quotidiennement. Il est toutefois permis de penser que la sélection est plus large que dans un certain nombre de

[732] Le livre de Zucotti, avec une vision sur la journée, contient beaucoup d'informations en lien avec le metier ou activité professionnel de ses participants.

recherches citées ci-dessus et peut représenter au moins une partie des objets ordinaires capables de générer des relations (et comportements) plus pérennes.

Les consignes données aux participants sont notées dans l'Annexe mais le tableau ci-dessous (3,2) permet une vue d'ensemble des expérimentations, consignes, cohortes et nombres d'objets.

	Titre de l'experimentation	*nombre de participants*	*extraits des consignes de selection des objets*	*no. objects/ personne*	*no. total d'objets*
1	EVERYDAY THINGS WE CARE ABOUT	**281**	"everyday object that you care about, want to keep, make an effort not to lose or damage, hope to own in the future"	1	281
3	DAILY STUFF THAT MATTERS	**35**	think about and note down ten everyday objects that matter to you and that you plan to keep/keep using	5 - 10 (ave. 7,66)	268
4	EVERYTHING I TOUCHED	**23**	note everything you touch at home (one evening or one day) apart from fixed objects/furniture	16 - 86 (ave. 45)	1083*
5	WHAT I SEE AT HOME	**3**	a) all the objects you see when you visualise your kitchen, b) other objects visible in kitchen not mentioned in a)	36 - 59 (ave. 50)	151*
6	A THROWAWAY THING I KEPT	**33**	do you sometimes keep throwaway objects? Think about a good recent example, explaining why you kept it	1	38
7	TWO OPPOSING POSSESSIONS I LIKE	**51**	two objects that you appreciate and that you plan to keep a long time, these two objects are opposites in some way for you	2	102
8	PROBE OF EVERYDAY THINGS	**8**	note everything you touch, at home, from morning 'til night. Don't note big furniture and fixed objects, nor single use items (eg: paper hanky, food)	32 - 88 (ave. 59)	475*

** tous les objets ici ne sont pas commentés par les participants*

Tableau 3,2. *Titres, consignes et nombres (d'objets) dans les expérimentations*

Le nombre d'objets touchés

Le but des expérimentations n'était clairement pas de générer des chiffres ou statistiques sur le nombre d'objets ordinaires utilisés ou touchés par jour. Il reste néanmoins intéressant de commenter quelques observations sur les nombres trouvés. Dans son étude sur l'action ménagère, Kaufmann (1997, p16) commente le trajet quotidien du bol du petit déjeuner parmi "des milliers d'autres objets" circulant en même temps que lui. Zucotti (2015) note que le nombre de choses touchés en moyenne, par jour, par ses participants est approximativement de 140 (les objets permanents/fixes tels les poignées, les robinets et les objets de taille importante, comme les meubles étaient exclus, et les participants notaient seulement la première fois pour chaque objet touché).

Dans **EX4** et **EX8** , qui ont repris une version du protocole de Zucotti, la moyenne des objets touchés sur une journée était sensiblement moins importante, (autour de 60 objets pour **EX8** et autour de 50 objets pour **EX4** (cohorte d'étudiants en études supérieurs)). Ces chiffres sont cohérents avec ceux de Zucotti dans le mesure où notre protocole a exclu les objets jetables, nourriture etc[733]. Même en ajoutant des objets fixes et jetables on est très loin des milliers mentionnés ci-dessus par Kaufmann, 1997[734]. Ce premier constat donne une impression de flou, qui est renforcée par d'autres observations. Dans une même cohorte, le nombre d'objets notés varie beaucoup (de 16 à 86 pour **EX4** , et de 32 à 88 pour **EX8**). Zucotti appelle la quantité un mesure "arbitraire" dans le cas de son travail. Cette quantité semble, en réalité, arbitraire car il est très difficile de noter chaque objet touché. Un participant du livre de Zucotti mentionne que tout le monde aura noté du papier toilette et de la nourriture (p241), mais ce n'est en réalité pas du tout le cas, même si il est raisonnable d'imaginer que toutes les personnes interrogées ont probablement touché ces deux types d'objets.

Même avec beaucoup de bonne volonté, les résultats sont très aléatoires. Il semble très difficile de prêter attention à tous ce que l'on touche. Cette difficulté n'est pas le même pour tout le monde. Une possible éclaircissement vient d'un autre chiffre, le part (nombre) d'objets à vie courte (mais non jetables) notés par nos participants varie de 3 à 34 **EX4** et de 2 à 22 **EX8** . Le statut ou la présence de ces objets paraît très variable dans l'exercise de tout noter selon les participants. Pour certains, ces objets étaient à ignorer, pour d'autres il comptaient beaucoup. Il est peut-être de même pour l'ensemble des objets à noter.

A partir de leur liste d'objets touchés, les participants **EX8** devaient sélectionner ceux qu'ils comptaient garder et qu'ils appréciaient. Le nombre d'objets ainsi notés varie entre 4 et 27 (représentant de 1/6 à 1/2 des objets non-jetables notés). La moyenne est autour d'un quart des objets touchés. Ce chiffre peut être comparé à un constat des inventaires illustrés (**EX3**) ou le but était d'illustrer et commenter 10 objets de tous les jours qui comptent. Parmi les étudiants de cette cohorte, une première réaction très répandu était qu'il serait difficile de penser à 10 objets à illustrer. (En réalité en moyenne sur 35 étudiants, un peu plus de sept objets étaient trouvés par personne.) Le chiffre de dix n'avait pas de signification particulière, mais était annoncé pour pousser à énumérer[735]. Le nombre d'objets pouvant être énuméré ou compté restait réduit. Si l'on

---

[733] Ces chiffres incluent les objets à vie courte comme les flacons de shampooing, le maquillage…Sans ces objets à vie courte les moyens sont de 50 et 40 objets à peu près, respectivement.

[734] Voir aussi sur ce point la recherche citée dans l'introduction, Life at Home in the 21st Century, UCLA research, 2001 - 2005, et aussi les points relevés dans la section "Transition 1-2". L'impression de "milliers" n'est pas fausse, il y a une différence importante entre ce qu'on côtoie et ce qu'on touche.

[735] Un autre commentaire répandu était "il n'y a que mon téléphone" ou "il y a seulement le téléphone et l'ordinateur".

compare ce chiffre au nombre d'objets touchés par une cohorte très similaire **EX4** , ces 7 objets sont autour d'une cinquième ou un quart des 40 (non-fixes et non-jetables) touchés en moyenne dans une journée.

Ces chiffres semblent montrer quelque chose de contre-intuitif. Kaufmann (1997) parle des milliers d'objets dans la sphère domestique. Dans des chapitres précédents il a été question de "deluge d'objets", or les expérimentations montrent très peu d'objets. Il y a peu d'objets touchés et peu d'objets que nous pouvons sortir de leur contexte et commenter ou remarquer. Tout en reconnaissant qu'il peut s'agir de résultats qui ne sont pas totalement précises, il semblerait que nous avons des rapports avec peu d'objets ou, inversement, nous sommes inconscients de beaucoup d'objets que nous côtoyons. Kaufmann (1997) cite Halbwachs, 1950 qui décrit "une société muette et immobile" autour de nous avec comme vertu le silence, ces choses "peuvent s'accumuler en nombre infini sans nous fatiguer parce qu'elles nous parlent que lorsque nous les faisons parler".

Diversité des objets

Un prochain point sur les objets de notre étude concerne leur diversité. Il est noté ci-dessus que certaines personnes de la cohorte d'étudiants (**EX3**) imaginaient d'avance avoir des difficultés à arriver à une liste de dix objets utilisés quotidiennement qui comptaient pour eux. Un commentaire répandu auprès de cette cohorte était également que le choix se limitait au smart-phone et à l'ordinateur personnel. De ce fait, il semble utile de quantifier la diversité des objets choisis par cette cohorte et vérifier son homogénéité.

Deux autres expérimentations contiennent des choix d'objets par une cohorte de personnes du même âge; **EX7** (où il s'agissait de choix de deux objets contrastés mais appréciés parmi ceux touchés en une journée) et **EX1** [736] (le choix d'un objet que l'on souhaite garder sans qu'il s'agisse d'un objet favori). Les choix issus de ces trois études permettent de traiter une cohorte de 176 personnes de 17 à 26 ans, et leurs choix de 460 objets quotidiens (voir table 3.4.2 ci-dessous) qui comptent et qui sont à garder. La consigne de sélection dans chaque cas cherchait à "dédramatiser" le choix pour éviter les objets précieux et particulièrement chéris. Il faut toutefois noter qu'un choix de sept objets ne peux pas être considéré comme complètement homologue à un choix d'un ou de deux objets en termes de rapport à l'objet.

[736] Les réponses des participants entre 17 et 26 ans; n=90, sachant que cette expérimentation était menée par des étudiants, avec des participants de 9 à 82 ans.

Presque deux cent types d'objets différents ont étés choisis comme ceux qui comptent pour cette cohorte. Près d'un quart des objets choisis sur le total de 460 était choisis par un seul participant (117), et l'objet choisi le plus souvent ne l'était que par 15 participants, c'est à dire 8,5% de la cohorte, ou un peu moins d'une personne sur 12. Les 25 objets choisis par 5 personnes ou plus se trouvent dans le table 3.4.3 ci-dessous.

Il semble qu'il n'y a pas eu de choix par conformité, par ce qu'il serait "normal" de choisir, malgré les commentaires sur les smart-phones et l'ordinateur. Il faut néanmoins noter que pour une moitié des participants, le smart phone était expressément exclu de la selection lors des consignes (**EX1**). Dans le choix en forme de mini-inventaire (**EX3**) il était choisi 8 fois (sur 35 inventaires) soit une personne sur quatre à peu près. Dans le choix de deux objets (**EX7**) il était choisi 5 fois, soit par une personne sur dix.[737]

	nombre de participants	*no. objects/ personne*	*nombre total d'objets*	*nombre de types d'objets different choisis*	*no. d'objets en commun avec autres expérimentations*	*no. d'objets choisis seulement une fois*
EX1	**90**	1	90	58	35*	22
EX3	**35**	5 - 10 (ave. 7,66)	268	139	44*	72
EX7	**51**	2	102	65	32*	23
TOTAL	**176**	n/a	460	(196)**	n/a	117

** en commun avec au moins un autre expérimentation (seulement 17 objets étaient présents sur les trois)*
*** ce chiffre n'est pas le total du colonne, mais correspond au nombre total de types d'objets différents choisis*

Tableau 3,3. *Diversité de choix dans les objets sélectionnés et commentés, cohorte 17 - 26 ans*

La grande majorité des 196 objets choisis sont d'usage quotidien et sont des objets communs. Il y a peu de choses rares ou particulières; très peu d'objets décoratifs (une chaise et une voiture miniatures, deux sculptures en forme d'animaux, deux supports de bijoux décoratifs), peu d'objets "vivants" (un chat et 5 plantes d'intérieur), peu d'objets "fait-main" (une bague, une buche en forme de table de nuit, un tabouret re-assemblé, une trousse à crayons fait maison, une lampe "personnalisable") et seulement deux objets de culte (un bible et un tefillin). Les choses choisies sont communes mais ont pu être suffisamment présentes pour être sélectionnées, identifiées et ensuite jugées pérennes. Ces choses communes choisies représentent une diversité importante, ce qui indiquent qu'on aurait probablement tort de tenter de penser en termes de

[737] Dans ces deux cas les participants n'avez pas eu de consignes pour exclure les téléphones de leur sélection.

modèles, de comportements types, de relations types ou de standards. Cette diversité semble indiquer que les relations plus pérennes aux objets communs ne sont pas aussi prévisibles qu'on aurait pu croire et qu'elles diffèrent beaucoup entre individus.

objects; mini-inventories (student cohort) - **Ex3,** total no. objects - 268	objects; contrasts self report/illustrations (student cohort) - **Ex7,** total no. objects - 102	objects; interviews (the 90 participants from 17y - 26y) - **Ex1,** total no. objects - 90	total no
mug/cup 12	mug 2 (inc 1. "slightly broken")	mug	**15**
keys 9	key ring 4 (purse, + accessories, house)	key fob	**13**
smart phone 8	smartphone 5 (I-Phone)…	*	**13**
notebook 7	notebook 2	notebook 4	**13**
watch 7	watch 5 (Bulgari, Festina brand, Swatch	**	**12**
soft toy 3	soft toy 3 (inc. rabbit 2)	soft toy 4	**10**
headphones 3	headphones 3 (inc 1 "noise reducing")	headphones 3	**9**
pen 5 + pencil	pencil (automatic, Rotring)	pen (roller-ball) + pencil (automatic)	**9**
earphones 5	earphones 2	earphones	**8**
perfume bottle 4	perfume bottle 3 (inc. 1 Nina Ricci)	perfume	**8**
bracelet 5	armband (big bracelet)	bracelet	**7**
lighter 5	lighter (Bic)	lighter	**7**
pencil case	pencil case 3 (inc 1 home-made)	pencil case 3	**7**
toothbrush 6	toothbrush (Sensodyne)		**7**
book 5	book (hardback)	book	**7**
water bottle 3	water bottle (Voss) 2	water bottle	**6**
computer 5	computer (laptop)		**6**
speaker (portable)	speaker (portable) 4 (Megaboom)		**5**
alarm clock 2	alarm clock 2 (Braun, radio/alarm)	alarm clock radio	**5**
blanket/rug/throw 5			**5**
guitar		guitar 4	**5**
lamp 3	lamp (personaliseable)	lamp	**5**
necklace 2		necklace 3	**5**
plant (house plant) 4	pot plant (succulent)		**5**
wallet		wallet 4	**5**

** the choice of smart phone was excluded in the interview instructions in ex 1*
*** the choice of jewellery was excluded in the interview instructions (but not "accessories")*

Tableau 3,4. *Les 25 objets le plus sélectionnés et commentés, cohort d'étudiants*

Pour mieux comprendre les objets apparus dans les expérimentations, il est possible de tenter différentes catégorisations qui sont détaillés ici.

Categorisations, catégories et classifications

La catégorisation établie dans l'étude déjà citée de Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton (1981, p268) était utilisée comme point de départ. Leur intention était comme ici, une caractérisation de types généraux d'objets pour faciliter l'analyse.[738] Comme noté auparavant, leur étude concernait les objets considérés comme "*special*" par leurs propriétaires. De ce fait, certains catégories de leur étude ne trouvent pas de correspondances dans la notre. Pour les besoins de l'actuelle étude, il a fallu créer des catégories correspondant à des objets plus ordinaires. On peut aussi juger de la pertinence de reprendre une catégorisation établie il y a 40 ans. La comparaison des categories dans la table ci-dessous (3.4.4) permet de constater que ce décalage ne semble pas forcement poser de problèmes en termes de changements de technologies ou comportements. Les catégories d'objets se trouvant dans des foyers occidentaux ne semblent pas avoir beaucoup évolués en 40 ans, à part dans le sphère des communications et de la hifi. (La catégorie téléphonie, par exemple, devient téléphonie et informatique et les produits audio visuels sont regroupés en hifi et hifi personnel.) Il faut toutefois noter que les pourcentages d'objets choisis dans **EX1** sont beaucoup plus bas, car il s'agissait du choix d'un objet, et non de cinq ou six par personne en moyenne (pour l'étude de CZ/RH (1981)).

Ici, les chiffres comparés sont issus de **EX1** car la cohorte (des enfants jusqu'au grandparents) et le contexte (des entretiens in-situ) sont comparables. En employant des catégories définies par l'étude de CZ/RH (1981), il est possible d'identifier les objets issus de notre étude qui peuvent être en certains cas sélectionnés comme "*special*" ou précieux. Un exemple de catégorie d'objets représentant un pourcentage important dans l'étude de 1981 et présente dans notre étude est celle des instruments de musique. Cette catégorie est aussi remarquée par Odom et al (2009, voir chapitre 2.6), comme étant un exemple d'outils spécialisés nécessitant un degré de savoir faire et comportant une implication physique directe générant un attachement plus profond chez les participants à leur étude.

Une autre catégorie importante dans l'étude de CZ/RH (1981) est celle du mobilier. Ici la corrélation entre les deux études et l'incidence sur la catégorie en question est moins importante. La catégorie de mobilier semble

[738] CZ/RH (1981) note que leurs categories avaient permis une bonne homogénéité en termes de codage. Nous utiliserons cette version abrégée pour cet ouvrage par la suite.

*all categories defined for "the meaning of things" (1981) and top ten mentioned **(1st - 10th)***	**categories from CZ/RH (1981) corresponding to current research (2015) top 5 in heavy type**	**percentage of sample (*N* = 315) mentioning (at least one) object in**	**new category names based on CZ/RH relevant to Ex1**	**percentage of sample (*N* = 281) choosing object in category, top 5 in heavy type**	**number of objects**	**main reference object (s) (smallest < biggest, or main groups where relevant, or all if very varied**
furniture (1st)	**furniture, bed, quilts, textiles**	**57,5**	furniture/textiles (inc bed)	4,27	12	pillow (4/12), pouf (2/12), armchair (2/12)
bed	**musical instruments**	**21,6**	musical instruments	4,27	12	guitar (9/12)
quilts, textiles	**television, stereo, radio**	**50,1**	hifi, radio, audio-visual	1,42	4	speakers, record player, radio cassette, radio alarm
musical instruments (6th)			hifi-personal	3,2	9	head-phone (3/9), earphones (2/9)
television (7th)	**books**	**22,2**	books	1,07	3	books, bible (1)
stereo (5th)	**plates, silverware, glass**	**28**	tableware (plates, mugs, bowls, glasses)	4,98	14	mugs/cups (10/14)
radio	refrigerator, appliances	18,8	kitchen appliances	0,71	2	washing machine, gas cooker
books (4th)			**kitchen appliances**	**5,34**	15	coffee maker (7/15), mixer (4/15)
plates (10th)			kitchen tools	3,2	9	pepper mill < wok (handtools 7/9)
glass	lamps (+ chandeliers etc)	8,9	lamps	0,35	1	
refrigerator	tools	2,8	electric tools	1,07	3	vacuum cleaner (2/3), mower
appliances			hand tools	3,56	10	lighter < drying rack
lamps	sports equipment	8,3	sports equipment	4,27	12	head-lamp < rifle
tools	camera	2,2	camera/photo equipment	2,49	7	camera (5/7), Gopro camera (2/7)
sports equipment	toys	4,1	toy/game	4,27	12	teddy/soft toy (8/12)
camera	clothes	5,4	clothes, wearables	4,27	12	glasses (5/12), watch (5/12)
toys	jewellery	8,5	jewelry	3,56	10	necklace (7/10)*, bracelet (3/10)* (*set/group)
clothes	fireplace	3,8	(fireplace)	0,35	1	
jewelry	scrapbooks (diaries)	5,4	diaries etc	2,85	8	notebook (5/8), diary/agenda (3/8)
fireplace	vehicles	6,3	**vehicles**	**5,34**	15	cars (6/16), bicycles (6/16), motorbike (3/16)
scrapbooks (diaries)	telephone	2,9	telephone, computing	1,07	3	tablet computer, keyboard, mobile phone
vehicles	sculpture	19	decorative objects	2,85	8	boxes (3/8), sculpture-like (3/8), piggy bank, photo
telephone	TOTAL	275,8	**bags/luggage**	**7,47**	21	handbag (9/22), backpack (5/22), briefcase (5/22)
sculpture (8th)			bags/small leather goods	3,91	11	wallet (7/11), purse (2/11)
*and: clocks, silverware, **visual art (2nd)**, collections, **photos (3rd),** stuffed animals, trophies, carpets, pets, aquariums, **plants (9th)**, bath, room, yard, all, candlesticks, miscellaneous*			beauty/body care	3,2	9	rasor (5/9)
	objects without correspondance = 151,5		**hair care accessories**	**6,05**	17	hair brush (7/17), hairdryer (5/17), straightener (4/17)
			keys/key rings	3,2	9	house-keys (3/9), key fob/ chain (3/9), car keys (2/9)
			picnic accessories	4,27	12	penknife (9/12)
			writing equipment	**7,11**	20	pen (15/19)

Tableau 3,5. *Categories définies par CZ/RH, 1981, et comparées à l'Ex1*

effectivement rentrer dans le domaine des objets patrimoniaux, faisant partie des vies de familles au long terme et accumulant ainsi histoires et importance (Odom et al, 2009). Or, pour les

besoins de notre étude, cette catégorie regroupe le mobilier et les textiles. Plus de la moitié des exemples notés dans notre étude sont des objets (doux) plus personnels que patrimoniaux (oreillers, serviette éponge, pouf, lit).

De la même manière la comparaison des catégories (table 3.4.4) permet d'identifier les catégories qui ne génèrent pas à priori des relations profondes tout en générant des relations pérennes. Ici, les catégories nouvelles créées pour classifier des objets de **EX1** semblent particulièrement intéressantes. Les sept catégories: sacs et bagages, petite maroquinerie, soin du corps/beauté, accessoires et soin des cheveux, clefs/portes clefs, repas nomades et enfin articles d'écriture concernent toutes les objets, plutôt de petite taille, nécessitant beaucoup de manipulations et contacts des mains et du corps.

Dans le livre de Zucotti (2015), chaque participant à commenté un objet "*of interest*", au moment ou les objets touchés étaient rediscutés en entretien individuel avec l'auteur. Cette terminologie moins orientante et le protocole de choix basé tout ce qui était touché donne une sélection d'objets, a priori, plus en accord avec le sujet de notre étude. De ce fait, les catégories plus représentées sont intéressantes à comparer avec celles issues de nos études. Les objets le plus sélectionnés sont les outils à main ou les outils liés à l'activité de la personne[739]. Nous retrouvons ici la forte présence d'objets de petite taille, de contact et de manipulation[740]. Deux autres catégories bien représentées dans la sélection d'objets "*of interest*" renforcent l'idée d'objets de contact physique (soin du corps/beauté[741] et vêtements/objets portés sur le corps). Comme dans nos résultats, les choix d'objets semble majoritairement aller vers ceux dont on sent la présence par les mains et le corps.

Une autre catégorisation des objets touchés quotidiennement, proposée par un étudiant lors d'un workshop sur notre sujet, est la taille des objets par rapport à la main. Partant du principe que la dimension moyenne de la main humaine est approximativement de 180mm de la poignée à la pointe des doigts[742], la majorité des objets sélectionnés par les participants (**EX1**, **EX3**, **EX7** & **EX8**) ont une taille inférieure ou égale à la main. (*Voir tableau en annexe:* 1. EVERYDAY THINGS WE CARE ABOUT) overview in terms of object size.

---

[739] Il convient néanmoins de prendre en compte un biais de l'étude de Zucotti qui était de générer des portraits à travers des objets, et de ce fait les objets commentés peuvent tendre vers l'expression de l'identité de soi.

[740] les outils à main de cuisine, et outils à main généraux représentent 6,9% de l'ensemble des choses sélectionnés dans les expérimentations, ce qui en fait une des catégories les plus importantes en nombre; voir table …en annexe

[741] Les accessoires et objets du soin du corps et cheveux représentent ensemble 9,4% de notre échantillon, et en devient la catégorie le plus importante en nombre.

[742] source; www.theaveragebody.com, accessed April 2018

Pour donner une vision plus claire sur les objets choisis par les participants, il semblait intéressant de tenter une classification en termes de rapport au corps et à la main. Les objets sélectionnés en **EX1** ont étés triés selon deux axes (*Voir tableau 3,6 ci dessous*). Un premier axe (ici horizontal) concerne la masse physique de l'objet par rapport à l'humain pendant l'utilisation; l'objet peut être posé, peut être porté ou peut porter l'utilisateur. Le deuxième axe (ici vertical) est en rapport aux parties du corps impliquées dans l'utilisation habituelle. Une troisième classification possible est la complexité de l'action ou interaction, illustrée dans le schéma par des niveaux de gris de haut en bas, de moins complexe à plus complexe (gris pale pour une interaction très simple comme pousser un bouton, gris moyen pour une interaction constituée de plusieurs mouvements et actions, et gris foncé pour une interaction complexe et nécessitant un savoir faire ou une adresse importante).

	POSED	POSED/ CARRIED	CARRIED/ POSED	CARRIED	CARRIED/ SUPPORT	SUPPORTING
NO TOUCH	**6** (wall mirror…)					
BODY	**1** (drum pedal….)					**13** armchair….)
BODY/HAND				**31** (headphones….) **23** backpacks….)	**3** (longboard….)	**5** electric bike….) **9** (car,motorbike….)
HAND/BODY			**1** (perfume bottle…) **10** (mugs, cups….)	**35** (hairbrush….) **25** (wallet….) **13** guitar….)		
HAND	**3** (lamp …) **22** (coffee maker) **1** (piano)	**1** (portable speaker) **10** (pencil case….)	**17** (notebook….)	**23** (fountain pen….) **29** (penknife….)		
total no. (%)	**33** (11.74%)	**11** (3.91%)	**28** (9.96%)	**179** (63.7%)	**3** (1.07%)	**27** (9.61%)

Tableau 3,6. *Schéma de classification par rapport au corps/action*

Les objets sélectionnés en **EX1** ainsi triés, seront pour plus de 70% portés ou majoritairement portés. Par rapport aux observations d'Odom et al. (2009) citées ci-dessus sur les objets pouvant générer de l'attachement, ce sont, dans notre étude, majoritairement des objets dont les interactions courantes ne sont pas complexes ou ne nécessitent pas un savoir faire particulier.

Les familles d'objets les plus présentes

Avant de conclure cette présentation des objets apparus dans l'ensemble des expérimentations, il semble intéressant de signaler quelques familles d'objets et quelques objets particulièrement présents. Il faut toutefois garder à l'esprit que les experimentations ont surtout démontré une grande diversité de choix. Par conséquent, les familles ci-dessous ne sont en aucun cas majoritaires. Les familles ou catégories d'objets qu'il semble intéressant de noter sont:

- **les sacs et trousses**; pour Kaufmann (1997?) le sac posséderait "de façon beaucoup plus tranchée que les objets ordinaires" les deux vies qui sont le "régime de la familiarité non consciente, condition de l'action ordinaire…" et "l'emergence dans la réflexivité esthétique" où les objets "sont pensés, rêvés, regardés". Pour lui, le sac est l'exemple parfait d'un objet qui passe en continu entre l'invisibilité et la présence dans l'action quotidienne. Il s'agit aussi d'une catégorie d'objets qui nous accompagne de la sphère intime à la sphère publique et dont on ressent la présence sur le corps, dans la main, sur l'épaule ou sur le dos. Les sacs et trousses sont au centre de réseaux importants, reliés à de multiples autres objets et de nombreuses actions. Ce sont aussi des objets qui en contiennent d'autres. Autour de dix pour-cent des objets sélectionnés en n **EX1**, **EX3**, **EX7**, sont dans cette catégorie.

- **les choses de très petite taille**; une cinquantaine des 651 objets sélectionnés en **EX1**, **EX3**, **EX7**, sont des objets très petits; des briquets jetables, des gommes, clés USB, pince à nez de natation, éponge à maquillage… Les élastiques et épingles pour les cheveux sont sélectionnés parce que on en "a toujours besoin", que l'on "n'aime pas les acheter", qu'on "essaie de les garder le plus longtemps possible", "ils tombent tous le temps de mes cheveux et je suis toujours en train de les ramasser par terre", "tous les jours mon chat les prend". Ceux sont des objets sans valeur, dans des actions et gestes quotidiens, presque comme des jeux. Ceux sont aussi des objets utilitaires et nécessaires; le couteau suisse petit-format 'hyper pratique dans toutes les situations de la vie quotidienne". Ou les briquets, dont "on a besoin" quand on fume, qu'on essaie "toujours d'avoir dans son sac", ou que l'on "pique des autres comme un jeux et qu'on est fière de montrer", on en a plusieurs, dans "différentes couleurs, ils sont pratiques, compacts", "j'adore en avoir beaucoup même si j'en perds tout le temps".

Ces objets sont souvent des multiples, très reliés à d'autres objets comme le sac ou les poches. Certains, comme les exemples ci-dessus, sont plus une catégorie d'objets qu'un objet singularisé. D'autres sont réellement des objets spécifiques avec leur propre identité. La gomme "parce-qu'elle n'a plus de forme et qu'elle est toujours dans mes poches et elle fonctionne toujours" ou la petite pierre au fond du porte feuille "un cadeau, des vacances, beau et unique, un petit trésor".

Ces choses font partie d'une ou plusieurs chaines; manipulées, portées, empochées. Ceux sont des petites choses personnelles, comme le finger-skate[743], sélectionné car "je peux en faire où je veux, c'est un jeux amusant".

Beaucoup de ces exemples semblent appartenir aux activités des vies de tous les jours "*overlooked in academic human geography as pointless[744]...pointless-seeming activity can often be autotelic activity: things that are done for no apparent reason other than for doing them; doodling, fiddling with your coffee mug, carrying stones around…*"[745] Ces très petites choses sont aussi au centre du livre déjà cité de Edmund de Waal, (2010, voir incipit chapitre 2.5).[746] Il s'agit de choses personnelles, faciles à ranger et à cacher, qui peuvent ainsi perdurer.

- **les choses douces:** presque une sur six (75 sur 460) des choses sélectionnées par la cohorte des 17 à 26 ans, (voir table 3.4.2 ci-dessus et liste complète en annexe), sont des objets doux ou mous, ou avec des parties importantes douces ou molles (oreiller, pouf, couverture et casque audio, sofa, peluche…). La stimulation tactile de fourrure ou des textiles par exemple, peut soulager (*alleviate*) un état affectif négatif. On serait plus sensible aux qualités tactiles lors des états affectifs négatifs.[747] Dans des textes sur les liens entre les états affectifs négatifs et positifs avec la sensibilité aux stimuli tactiles et visuels, King et Janiszewski semblent démontrer que la réponse hédonique est plus important dans le cas de stimuli tactiles en état d'affect négatif que dans le cas de stimuli visuels en état d'affect positif. Ces auteurs se demandent si l'affect hédonique généré par une stimulation tactile transforme un état affectif négatif en état affectif neutre ou en état affectif positif. Ils suggère aussi que le souvenir de cet affect hédonique peut influencer des avis futurs sur des objets. Notre sensibilité aux objets doux en état affectif négatif, et la capacité des objets doux a générer des souvenirs de soulagement des ces états semble intéressant pour notre étude.

- **les choses en contact avec la tête:** une autre catégorie d'objets identifiables a un lien physique avec notre tête et, la plupart du temps, avec nos cheveux. 69 sur les 460 objets de la cohorte des 17 à 26 ans rentrent dans ce groupe. Les yeux et les cheveux sont les parties du corps

---

[743] le "finger-skate" est un *skateboard* (planche à roulettes) miniature (échelle $^1/_{10}$) où les doigts jouent le rôle des jambes. Ils possèdent des vrais roues et permettent des figures comme des vrais *skates*,

[744] en italiques dans la citation

[745] Pauliina Rautio, Children's Geographies (2013): Children who carry stones in their pockets: on autotelic material practices in everyday life, *Children's Geographies*, Routledge, UK 2013, (DOI: 10.1080/14733285.2013.812278) et citant aussi Horton & Kraft, 2006.

[746] De Waal, E. The Hare with Amber Eyes, 2010; des petites choses intimes, à toucher, qui étaient aussi à certains moments des jeux d'enfants, qui ont pu être sauvées car suffisamment petites pour être rapatriées petit à petit dans les poches du tablier d'une domestique pendant l'occupation de Vienne.

[747] Dan King & Chris Janiszewski, Affect gating, Journal of Consumer Research , vol 38, December, 2011

avec des meilleurs notes de "*self-ness*" dans une étude de Belk et Austin (cité dans Belk, 1988). Belk cite aussi différentes recherches (Belk, 1988, p157) qui démontrent que quand une partie du corps est plus chargée en énergie émotionnelle dans la perception de soi ("*cathected", du principe de "cathexis"*) il y a plus d'objets impliqués dans son soin (*care*).

- **les choses plutôt jetables:** autour de 6% des choses sélectionnées par la cohorte des 17 - 26 ans, et jusqu'à 12% des choses sélectionnées par cette cohorte en **EX7**, sont des choses à vie courte. Le nombre important de ces objets, surtout dans l'expérimentation 7 où il s'agit d'un choix de seulement deux objets, avec du temps pour ce choix est à signaler. Est-ce que ceci indique une ambivalence sur la notion de pérennité? Peut-être que les frontières entre objets durables et jetables sont plutôt floues?

En dehors des familles citées ci-dessus, nous pouvons signaler quatre types d'objets plutôt présents dans les sélections et choix des cohorts, même si la diversité des choix fait que ces objets représentent chacun seulement 2 à 4% de la totalité des objets sélectionnés. Il s'agit d'objets quotidiens communs qui pourraient être des candidats crédibles pour de futures études sur les relations pérennes aux objets quotidiens et usuels.

- **le carnet:** un objet manipulé, porté "je l'ai toujours sur moi", "facile à porter avec moi", représentant divers actions et interactions, avec un contenu personnel et auto-produit. Il s'agit aussi d'un objet analogique, matériel, tangible avec un part auto-biographique plus ou moins important.

- **le couteau de poche:** un objet de petite taille, souvent porté sur soi, avec une présence ressentie. Cet objet est néanmoins surtout choisi par les personnes plus âgées (par 7% des personnes de 40 ans et plus en **EX1**).

- **le mug (et bol, tasse):** ces objets ont été choisi 23 fois en **EX1**, **EX3**, **EX7**, mais sont présent également en **EX5** et **EX8.** Les commentaires associent ces objets à un moment de pause, de relaxation, au contenu (boisson), au toucher, au chaleur, aux rituels d'utilisation, de soin et de nettoyage, à l'usure et aux défauts, mais aussi aux histoires, aux cadeaux, à d'autres personnes.

- **la carafe/la bouteille pour l'eau:** ces objets sont moins présents en nombre que le "mug" mais ont la particularité d'être présents dans l'ensemble des expérimentations.[748] Les carafes étaient commentées favorablement dans l'expérimentation sous forme de visite virtuelle et réelle, mais étaient oubliées dans deux des trois visites virtuelles.

---

[748] L'exercise sur les objets jetables conservés était en partie inspirée par l'observation du ré-emploi constaté plusieurs fois d'une bouteille "Arizona Water", mais seulement dans sa version vert pâle de Thé vert au miel. Dans les objets contrasté, une autre bouteille choisie plus qu'une fois est apparue, une bouteille en verre d'eau de la marque "Voss".

Conclusion

En conclusion à ce chapitre il est possible, provisoirement, d'établir une identité des objets domestiques non-précieux, non-fixes capables de faire partie de relations humaines pérennes. Il s'agit d'une identité multiple, qui peut néanmoins être différenciée de celle des objets chéris (Odom et al, 2009), chargé d'émotion (Chapman, 2008, 2017), ou précieux (CZ/RH, 1981).

Les modes de sélection des expérimentations ont permis d'identifier une famille très diverse d'objets côtoyés au quotidien capables de générer des relations plus pérennes. Il s'agit de relations qualifiées par le souhait de les continuer ou les prolonger. Ce sont des relations aux objets peut-être un peu plus "attentionnées", sans que notre attention y soit réellement portée dessus.

Les expérimentations semblent montrer qu'il y a une confusion autour des objets ou des choses. Il nous semble qu'il y a des milliers autour de nous, mais on en touche qu'une centaine quotidiennement et on ne se rend compte que d'une dizaine ou d'une vingtaine. A priori peu d'objets physiques sont remarqués au quotidien et ceux qui le sont ne sont pas les mêmes pour chacun. Il semblerait erroné de vouloir faire des généralisations sur les objets candidats à des relations plus pérennes. Mais il y a des qualités chez des objets qui semblent les rendre plus propices à des relations plus pérennes. Ces qualités sont par exemple le fait de faire partie de plusieurs interactions, d'être plutôt porté ou d'avoir des rapports avec le corps et les mains.

Les chapitres suivantes détailleront ces qualités des objets physiques et des relations avec eux qui semblent tendre vers plus de pérennité.

3.4 Des relations à multiples facettes?

"… on a un objet qui est tout le temps sorti. C'est une espèce de carafe d'eau…qu'on a acheté au puces…à Nice…qui est une carafe comme les carafes dont on sert pour faire le pastis…et ça c'est un objet qui est très beau, je trouve. J'adore la couleur, c'est un vert pâle et du coup il est tout le temps sorti…et je m'en sers aussi pour arroser les plantes…et des fois je me dis que ça serait mieux de prendre une bouteille en plastique pour arroser les plantes parce que, du coup, le broc est petit et donc je fais trois milles aller-retours pour aller arroser les plantes. Si j'avais une grande bouteille j'en aurais pas besoin mais c'est plus fort que moi…donc voilà, et c'est surtout c'est devenu l'arrosoir parce qu'en fait quand il reste de l'eau…pour pas gâcher…,on le met dans les plantes. Donc je pense que c'est à cause de ça que j'arrive pas à prendre autre chose.

Voilà…c'est un de mes objets préférés…Quand je rentres et je le vois, cette couleur, il y a quelque chose, une présence…Et en fait, je me suis, j'ai réalisé qu'Alizé (la marque sur le broc), c'était un, je trouve que c'est un beau mot et c'est presque un anagramme de [nom de sa fille]"

Ces deux extraits des conversations avec ***M.***, dans **EX5**, décrivent un objet de tous les jours, la carafe à eau qui se trouve sur la table de la cuisine. Commençant sans notion de valeur particulière, la description montre vite qu'il s'agit d'un objet qui compte, qui est apprécié. Il a des qualités visuelles mais aussi une histoire, un petit lien symbolique avec un lieu et un moment ou encore avec le nom de sa fille. Il a sa place dans l'espace de la cuisine, comme un accueil et une présence. Il a aussi une présence dans des actions positives (ne pas gâcher de l'eau et arroser des plantes) et dans des actions illogiques (faire plein d'aller-retours à cause d'une capacité insuffisante), il est devenu arrosoir avec le temps, il a cumulé des fonctions. Il est imbriqué à la fois dans plusieurs histoires, temps, contextes différents.

Les deux extraits ci-dessus viennent de deux moments différents dans l'expérimentation, le premier paragraphe vient du récit à l'oral à distance et le deuxième vient du récit in situ en présence de l'objet en question. 12 jours séparent les deux échanges. Les deux récits contiennent beaucoup de facettes différentes, avec différents niveaux de lecture et de relation. Nous pouvons noter l'importance donnée au souvenirs des actions et mouvements du corps dans le première échange sur l'objet en question par rapport au second ou les relations sont surtout par rapport aux aspects visuels et symboliques.

Ce chapitre aborde les premières questions dont nous avons fait la liste précédemment et que l'incipit illustre: peut-on confirmer la présence de multiples facettes/déterminants dans les relations plus pérennes aux objets du quotidien? Peut-on identifier les facettes/déterminants les

plus importants dans les relations pérennes? Peut-on hiérarchiser les facettes/déterminants les plus importants dans les relations pérennes?

Avant d'aborder ces trois questions, dans l'ordre, il semble important de préciser à nouveau ce qui est entendu dans le cadre de cette recherche par "facettes/determinants".

Termes utilisés pour ces différents composants d'une relation?

La littérature autour des relations aux objets utilise un nombre de termes différents pour décrire les composants de relations qui sont toujours considérés comme comportant plusieurs aspects à la fois. Le terme utilisé est forcement choisi par rapport à la nature du cadre employé pour décrire les relations. Le sociologue, Bernard Blandin (2001)[749] considère que les relations aux objets quotidiens se situent dans des "registres" différents. Pour sa part, il considère que le terme "registre" est plus approprié que "plan" ou "dimension" ou encore "facette" (Blandin, 2001, p19) car il convient mieux pour parler des objets matériels et des relations incarnées. Ses trois registres sont le registre affectif, le registre utilitaire et le registre symbolique. Encore dans le cadre sociologique, Kaufmann (2011, p147) évoque deux "vies" ou "régimes" différents dans nos relations aux objets, un visible et un invisible.

Dans notre cas il ne s'agit pas, comme les deux exemples ci-dessus, de chercher à synthétiser la relation (durable) en deux ou trois grands niveaux mais plutôt d'identifier un nombre de composants qui peuvent être nommés et décrits et qui ne génèrent pas de redondances. Cette approche s'inspire des recherches dans le domaine de l'attachement aux produits. Mugge (2008) utilise (dans des recherches en design et consommation) surtout le terme de déterminants, c'est à dire des éléments qui déterminent une relation qualifiable d'attachement à un produit. Kleine & Baker (2004), dans des recherches en marketing décrivent les relations d'attachement à multiples "facettes". D'autres recherches dans le domaine de l'attachement utilisent le terme de "facettes" de façon plus limitative pour décrire les quatre aspects d'un schéma de soi (self-schema) (Schifferstein et al, 2008). Comme le terme "*product meanings*" (CZ&RH, 1981) ces termes biaisent les recherches vers les composants en lien avec le sens, pour soi. Il semble de ce fait utile de tenter de garder des termes qui laissent ouverte la nature même de ces composants, aspects ou déterminants.

Haines-Gadd et al.(2017) ont également la volonté de faire la liste de l'ensemble des composants possibles, dans le but de définir une relation "émotionnellement durable" avec un

---

[749] Blandin B. 2001, *Des Homme et des Objets, Esquisses pour une sociologie avec objets,* thèse en sociologie. Paris, Arts et Metiers.

produit. Ils utilisent le terme "*thèmes*", qui semble plus approprié pour leur travaux car ils visent la création de cadre de prescription pour les designers, le "*Emotionally Durable Design Framework*" commenté dans la conclusion de la section précédente. Ces travaux s'inspirent en partie des "*experientiel themes*" établies par Chapman (2008). A la différence que les thèmes identifiées par Chapman étaient présentés comme des facettes mutuellement exclusives. Notre point de départ, comme Haines-Gadd et al. (2017), et Mugge (2008) est plutôt de considérer que ces composants et ces facettes peuvent coexister dans une seule relation.

Un dernier point important est la volonté de dégager des déterminants compréhensibles et facilement descriptibles. Des thèmes de Haines-Gadd sont décrits en forme d'exemples, dans le but de faciliter leur appropriation en tant d'outil pour le design. Le terme "Evolve", par exemple; "multiples vies pour des produits, l'adaptabilité et l'*upgradability*, la transformation et un transcendence au delà de la fonction" semble proche des histoires composites ou "*relationship clusters*" de Odom et al. (2009). Leur cluster "Augmentation" concerne "*the extent to which an object has been reused, renewed, modified, altered or otherwise made to be a part of something augmented beyond its original intended use and as such has become a symbol of the resourcefulness and/or creative expression of its owner".*

Dans notre cas, nous tenterons de dégager des thèmes ou déterminants distincts plutôt que des histoires composites avant de les illustrer par des exemples concrets.

Peut-on confirmer la présence de multiples facettes dans les relations plus longues?

L'exemple de l'incipit illustre qu'il semble aisé de prouver la présence de multiples facettes dans cette relation plus longue. Cet exemple illustre également une des formes d'expérimentation employée dans notre recherche pour mieux comprendre ces facettes qui sont des récits à la première personne sous différentes formes. Pour répondre à la question ci-dessus, nous nous appuyons de façon provisoire sur des résultats de quatre des experimentations, (**EX1**, **EX2**, **EX3** & **EX7**) qui sont présentées en détail dans l'annexe, dont trois sont des formes de récits personnels sur les objets par des participants. Ces récits prennent différentes formes, mais se situent tous dans les relations avec les objets du quotidien, utilisés au minimum une fois par semaine, dans le sphère domestique. Il est toujours question d'objets choisis par le participant lui-même. Il s'agit de raisons donnés à l'oral pour cette relation plus pérenne, dans le cadre d'un entretien semi-structuré et approfondi (**EX1**), ou de raisons illustrées et annotées sans interlocuteur (**EX3** et **EX7**). Le participant est en présence de l'objet choisi (**EX1** et **EX7**) ou en presence de certains objets

(**EX3**). Les trois expérimentations différent également sur le temps de reflexion et le nombre d'objets concernés pour les récits; autour d'une heure pour 5 à 10 objets (**EX3**), entre 30 minutes et deux heures pour un objet (**EX1**), et sur au moins une semaine pour choisir et commenter deux objets (**EX7**). En complément, un premier aperçu des différentes facettes ou déterminants identifiables dans les relations plus longues vient de l'**EX2**. Cette expérimentation est le synthèse de quatre ateliers sur le sujet des relations plus longues avec les objets quotidiens avec des étudiants en design, qui ont transformé leurs observations en représentations schématiques.

Représentations schématiques des relations plus longues

Cette exercice (**EX2)** relativement rapide, mais entrepris par quatre groupes différents d'étudiants, permet de comparer les observations sur le terrain par un grand nombre de chercheurs novices avec d'autres résultats. Les participants[750], sensibilisés par leur propres recherches sur le terrain, devaient tenter de générer des représentations schématiques des relations plus pérennes avec des objets[751]. Ces modèles étaient une interprétation par des étudiants eux-mêmes de leurs résultats, sans orientation par l'équipe pédagogique. S'agissant d'étudiants en design, une représentation graphique était un format de communication des résultats de recherche plutôt familier, malgré un sujet qui l'était moins. Un relevé des titres[752] proposés dans les 16 représentations produit une liste de 44 determinants[753]. Ici, ceux qui ont été utilisés plusieurs fois sont marqués en gras :

USEFUL/ALWAYS USEFUL/USE VALUE
USEFUL HABITS
FUNCTIONAL
INVOLVEMENT,
ENGAGEMENT
RITUAL
MODULAR
CUSTOMISABLE,
UNIQUENESS
AUGMENTATION/IMPROVING
ERGONOMICS,
TACTILITY
SOFT,
PLEASURE
FUN
SENSATION
EMOTIONAL
AFFECTIVE
LUCKY
LIVING OBJECT
REASSURING
SENTIMENTAL/SENTIMENTAL VALUE
HISTORY/ HISTORIES
MEMORY
ORIGIN
AGEING GRACEFULLY
DURABILITY
QUALITY
TIME
FINANCIAL

[750] Il s'agit d'un cohort en tout de 60 étudiants, trois groupes d'étudiants en de Master 2 de Service & social design à l'université de Nîmes en 2013, 2014 et 2015, et un groupe d'étudiants L2, Design Produit et Services de l'ISD, Rubika à Valenciennes en 2015, détails en annexe 2. MAPPING WHY WE KEEP THINGS

[751] Creswell, 2002, cité par Green S., 2015, op cit, suggère d'utiliser le regard des participants eux-mêmes sur des résultats (*participant checking*) pour plus de validité.

[752] l'ensemble des schémas utilise des titres ou catégories, avec dans un certain nombre de cas des sous- titres, annotations ou explications pour clarifier ou mieux définir la catégorie. Voir Annexe 2 pour les détails

[753] le plupart des schémas étant en anglais, les titres ici ne sont pas traduits

MONETARY VALUE
RARE
AESTHETIC
MEANINGFUL
SYMBOL
LINK
GIFT

IDENTIFICATION
IDENTITY REINFORCING
SELF EXPRESSION
STYLE
SPIRITUAL
CULTURAL
REWARD

Ce premier aperçu montre une large diversité dans les catégories/déterminants relevés par des étudiants. On y voit aussi la difficulté de nommer ces déterminants. Afin de clarifier un peu ce premier constat, il est possible de noter les déterminants les plus cités. Dans l'ordre d'occurence, aussi bien en titre qu'en sous-titre, *Memory* ou "le souvenir" est mentionné 12 fois, "la fonction" (*function*) est présent 10 fois. Les termes symbole (*symbol*) et lien (*link*) apparaissent 6 et 5 fois respectivement, mais semblent avoir été utilisé pour décrire des phénomènes très proches. Le temps (*time*) est mentionné six fois, suivi par le plaisir (*pleasure*), l'esthétique (*aesthetic*) et l'utilité (*useful*). Avec quatre occurrences sont le sentimental (*sentimental*), le rituel (*ritual*) et l'unicité (*uniqueness*). La notion d'utilité revient beaucoup dans les sous-titres et les explications comme "*pleasure in use, simple to use, ease of use"* ou *"conscious/ purposeful use*". D'autres qualificatifs très présents sont "*materials*", "*practical*", "*stories/ histories"*[754] et *"daily/everyday"*.

[754] les modèles étant crées pour le plupart en anglais, par des étudiants français, il est possible que le mot "history" ou "histories" est employé pour designer les histoires "*stories*" plutôt que l'Histoire.

occurence as title, in order	occurence as description, in order	linked uses (not counted)	**TOTAL OCCURENCE**
FUNCTION (9)	memory (10)		**memory (11)**
USEFUL (4)	materials (5)	high quality materials…	**function (10)**
PLEASURE (3)	daily/everyday (5)		**time (6)**
SENTIMENTAL (3)	time (4)	over time(2), long time	**symbol (6)**
TIME (2)	symbol (4)		**link (5)**
SYMBOL (2)	link (4)		**pleasure (5)**
AESTHETIC 2)	stories (4)	history/histories (3)	**useful/usefulness (5)**
MEMORY (1)	practical (4)		**aesthetic (5)**
LINK (1)	ritual (3)		**sentimental (4)**
RITUAL (1)	uniqueness (3)		**ritual (4)**
UNIQUENESS (1)	aesthetic (3)		**uniqueness (4)**
	pleasure (2)		
	function (1)		
	usefulness(1)	use value, daily use…	
	sentimental (1)		

Table 3,7. *Les determinants présents dans les modèles/schémas d'étudiants*

En dehors de l'analyse rapide des mots utilisés dans les schémas, nous pouvons comparer l'organisation graphique des 16 modèles. Le plupart des modèles organisent des déterminants en familles ou groupes. Les modèles proposent entre 2 et 7 déterminants principaux avec en moyenne entre 4 et 5. Un seul modèle proposait 18 déterminants sans notion de groupes.

Dans les modèles, il n'y pas ou peu de hiérarchie pour des déterminants ou groupes de déterminants. Les sous thèmes liés à des familles de déterminants varient beaucoup de modèle en modèle. Il semble qu'il y ait peu de consensus ou d'évidence sur les determinants.

Malgré le focus sur des relations quotidiens, deux travaux d'étudiant proposent de modéliser séparément les relations plus usuelles avec les objets (nommées "*daily*" ou "*daily use*") et les relations plus singularisées (nommées "*very special*" ou "*personal*"). L'illustration (Figure 3,1) reprend un de ces deux travaux, en superposant les deux modèles (le modèle des relations plus "personnelles" est représenté en ligne pointillée). Dans les deux travaux, comme ici, l'utilisation est le déterminant privilégié du modèle des relations quotidiennes.

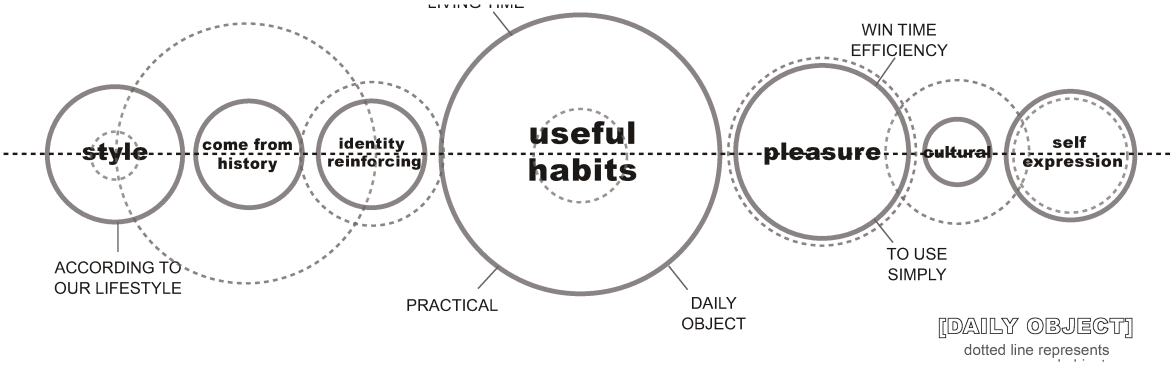


***Figure 3,1**. Modèle de relation durable d'après deux schémas de S.Krawczyck, Nîmes, 2014*

Dans l'ensemble, les modèles montrent peu de consensus. On y voit, de façon récurrente, la volonté d'indiquer à la fois une relation physique et une relation psychologique, (dans 12 des 16 modèles). Il est possible de noter, également, la présence d'une opposition "valeur sentimentale" contre "valeur d'usage" ou d'une relation sentimentale versus une relation d'utilité (dans 10 des 16 modèles)

La difficulté de nommer ou de délimiter précisément un déterminant ou thème peut être illustré par le cas, extrême, de l'utilisation des mots fonction, ou fonctionnel dans des modèles. La liste ci-dessus reprend l'ensemble des termes présent dans les modèles en lien avec la fonction comme déterminant dans une relation[755];

link to favoured activity,
personalisation,
(visual)aesthetic,
price,
ergonomics,
daily use,
useful,
engagement,
essential,
necessity,
making life easier,
facilitates daily [life],
ease of use,
usefulness,
practical
pragmatic,
material-quality,
materials and touch,
automatism,
resistant,
interactivity,
renewable,
reliability,
options,
performance,
convivial/sociability pretext
dependance,
reflect image;
self confidence,
belonging to a group,
what the object does

Suite à leurs observations et recherches sur des relations pérennes, les schémas d'étudiants illustrent la présence de plusieurs déterminants avec, à priori, des délimitations difficiles à établir. Les résultats des cette expérimentation ne peuvent pas être considérés comme robustes mais donnent une première vision du sujet à partir des relations observées et interrogées dans le quotidien par des participants non-chercheurs.

[755] L'ensemble de ces mots étaient présents comme thème sous le titre de "function" dans les modèles

Les multiples raisons pour une relation plus longue

En s'appuyant sur trois différentes expérimentations,[756] il est possible de dresser une liste plus structurée des déterminants qui semblent être présents dans les relations aux objets du quotidien identifiés comme étant plus pérennes. Les raisons d'attachement à un objet du quotidien que l'on souhaite garder, sans qu'il ne s'agisse d'un objet précieux, ont servi de base pour créer cette liste de déterminants[757].

Un premier codage libre[758] était effectué sur des descriptions et listes de raisons pour ces attachements aux objets quotidiens sur un échantillon des réponses les plus détaillées.[759] L'ensemble des raisons évoquées dans les récits étaient organisé sous des titres/thèmes distincts, ce qui a généré 39 déterminants possibles[760]. Ces 39 thèmes ont étés groupés en 9 familles qui, dans un deuxième temps, ont pu être regroupées en 7 familles de déterminants. Les 22 réponses les plus détaillées semblent confirmer ces 7 grandes familles. Pour chacune de ces réponses détaillées, les raisons relevées correspondent en moyenne à six des sept familles de déterminants. Sur l'ensemble des 55 réponses codées pour valider les 7 familles de déterminants, la moyenne de familles de déterminants différentes représentées dans les récits/réponses est de cinq. Ceci semble appuyer la thèse de multiples déterminants présents dans les relations plus pérennes aux objets, même ceux qui ne sont pas particulièrement chéris.

Seulement deux thèmes ou déterminants ne pouvaient pas être classées dans ces 7 familles - la notion d'originalité et la valeur financière. Dans les 9 "product meanings" listés par Mugge (2008) l'originalité est groupée avec le style, le design et le fait d'être unique. Dans notre codage nous avons relevé que la notion d'originalité était équivoque en termes de rapport physique. Dans certains cas des commentaires pouvant être classés dans l'originalité décrivaient des qualités physiques/visuelles rendant un objet unique aux yeux de l'observateur (ensuite classées dans qualités visuelles) et, dans d'autres cas il semblait s'agir d'une originalité beaucoup plus

---

[756] Expérimentations 1, 3 et 7, voir annexe pour détails. Les récits pour Ex3, étant sur 5 à 10 objets contiennent généralement 1 ou 2 facettes par objet, mais évoquent autant de facettes/determinants que les deux autres expérimentations une fois cumulés, et généralement aussi chaque selection d'objets, illustrée sur une seule page A3, contient le plupart des familles de facettes identifiées.

[757] Les instructions données lors des entretiens en Ex1; *"Select an everyday* object that you own and use, and to which you are attached, but it doesn't have to be your "favourite object". This is (just) one object that: you care about, you want to keep, you make an effort not to lose or damage, that you hope to still own in the future…Describe why you are attached to it. Try to separate the reasons into short phrases…once you have listed the key points or as many as you can think of, go back and… identify the points that you feel are the most important for your attachment/link to this product."*

[758] "open coding" - voir par exemple: Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *The Basics of Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

[759] Sur un totale de 368 réponses, 282 suffisamment complets pour un traitement robuste des données, et un échantillon de 55 réponses était utilisé pour le codage des determinants.

[760] Le premier codage était effectué sur les 22 réponses les plus détaillés 12≤ raisons distincts, générant 38 thèmes, augmenté à 39 dans un deuxième phase ou 33 autres réponses étaient traité selon ce codage.

abstraite[761]. Dans les deux cas ces raisons sont assez peu évoquées dans les récits (dix sur les 55 récits. Pour la valeur financière, un autre "*meaning*" listé par Mugge (2008), il y avait très peu de commentaires (seulement trois sur les 55 récits codés) dont deux était des investissements et un plutôt relevant d'une bonne occasion ou prix peu élevé.

Les 39 thèmes ainsi que les 7 familles de déterminants étaient ensuite utilisées pour traiter les récits des expérimentations 3 et 7, pour tester leur validité. Cette phase d'itération a généré encore 7 sous-catégories et a permis de clarifier et regrouper quatre autres pour arriver à 41 thèmes en finale, dont 39 dans les 7 familles définies précédemment.

Le tableau 3,8. ci-dessous compare les déterminants à deux travaux issus de compilations, Mugge (2007) sur l'attachement, et Haines-Gadd et al (2017) sur l'*emotional durability*[762] - tout deux avec une notion de connection émotionnelle à l'objet, donc, a priori, des objets moins quotidiens et plus identifiés que dans notre étude. Les travaux et la liste de "*meanings*" proposés par Mugge n'intègre pas la notion de relations durables mais cet aspect est présent dans la compilation de Haines-Gadd et al.

[761] un des "*product meanings*" de CZ&RH concernait ce qu'ils appelaient les qualités intrinsèques de l'objet

[762] Pour l'article de Haines-Gadd il est question d'objets "*that have been loved and kept*", et la notion de "*cherishability*"

(main) product attachment meanings, Mugge**,** 2007	facets of Emotional Durability, Haines-Gadd et al, 2017	Determinant groups	Determinants
		CONTEXT/ NETWORK	1) place/context, 2) link to other object
		FEELING ON ME	3) pleasure touch, 4) feeling on me, 5) good weight (light), 6) good size, 7) move/manipulate, 8) fit me
	Materiality	**TIME/DURABILITY**	9) material/ageing, 10) resistant quality, 11) reliable, 12) projection of keeping
	Evolve		
	(Integrity)	**TIME**	13) time owned, 14) very old
utility/functional attributes	(Relationships)	**CARE/HABITS/ PROXIMITY**	15) use ritual, 16) care/cleaning
		USE/USEFUL	17)good for/multifunction, 18) easy to use/useful, 19) use my way, 20) nice function, 21) use justification
evoke/give sensorial pleasure	(Imagination)*	**(REMEMBERING) PLEASURE**	22) pleasure moments, 23) pleasure activity, 24) pleasure using, 25) (pleasure) sensation, 26) reassurance
personal history/ memories	Identity	**SELF/MEMORY**	27) history/story, 28) "pure" symbol, 29) self expression, 30) evokes a person, 31) action of other person, 32) gift, 33) social group, 34) event, 35) childhood memory
expressing self identity			
representing social links	Narratives		
style/design/uniqueness		**VISUAL QUALITIES**	36) my image, 37)style/appearance, 38) (good) colour, 39) decoration, *(40) originality)*
living (being) object qualities	Consciousness		
	Conversations		
investment value			41) financial
cultural/religious expression			

*facets are placed in brackets in the cases where the correlation between the themes is not complete.

Tableau 3,8. *Determinants comparés à ceux de "product attachment" et "emotional durability"*

Les points précis de convergence et divergence avec des études existantes vont être discutés dans les chapitres suivants qui traitent individuellement les determinants principaux.

Le tableau 3,8 ci-dessus souligne qu'il y a des zones de convergence entre les trois ensembles de déterminants, et logiquement plus de coherence entre les thèmes d'*emotional durability* et ceux de notre étude. Une des principales différences se situe dans la présence/importance de l'objet, illustrées, par exemple, dans le manque de déterminants dans notre étude correspondants au "living object qualities". Les thèmes correspondants pour Haines-Gadd et al. évoquent l'"*animacy"* et anthropomorphisme (*Consciousness*) ou "*feedback & response*" (*Conversations*).

Une deuxième différence importante est l'implication du corps avec une manque de correspondance pour le thème "*Feeling on me*". Nous noterons une troisième différence, présente dans nos déterminants: l'influence du contexte et des réseaux d'objets, qui ne figurent pas dans les deux autres ensembles.

Les raisons indirectes et implicites

La notion d'une liste de raisons pour une relation plus longue est surtout présente dans l'**EX1** mais, dans cette expérimentation comme dans les deux autres sources de récits utilisés ici, il est aussi question de raisons plus indirectes ou implicites. Les entretiens/récits de l'**EX1** comportaient plusieurs phases plus ou moins détaillées, selon l'interviewer et évidement la personne interviewée. Au-delà des raisons identifiées par le participant, une description de l'objet lui était demandée. Ces descriptions recouvrent en partie des raisons notées mais contiennent aussi d'autres raisons moins directes ou moins identifiées ou nommées par les participants. Dans le cas d'une écharpe qui a appartenu à sa grand-mère, une participante décrit en détail la scène illustrée sur l'écharpe "*a mountain landscape with little people all around, trekking, walking, rock-climbing. They are wearing mountain clothes from the beginning of the 20th century*…" ce qui donne l'impression d'une relation qui comporte un fort composant visuel, mais aussi une forme d'évasion dans l'image représentée. Ces deux points sont peu clairs et peu détaillés dans les raisons données par cette participante. Une autre description détaille les lames très tranchantes en inox d'un couteau de poche et des ciseaux du même couteau suisse, et aussi le fait que "*there's a stainless steel ring to hold my keys, that's why I keep it with me all the time and use it several times a day*". Cette liaison avec d'autres objets, la qualité des matériaux et la présence au quotidien ne sont pas détaillées dans les raisons plus synthétiques et plus pragmatiques listées dans un premier temps par le participant.

Les illustrations en **EX3** représentent les 5 à 10 objets auxquels les étudiants ont pensé en réponse à la question "*think about and note down 10*[763] *everyday objects that matter to you and that you plan to keep/keep using*". Seulement les annotations écrites ont étés prises en compte pour quantifier et identifier les facettes présentes. Selon les participants les commentaires et annotations accompagnant les illustrations sont plutôt des listes succinctes de raisons; *owned for 17 years, really nice sound, allows sharing experiences* (une flute*),* plutôt des descriptions; *so ugly and damaged, but I can put so much inside* (trousse à crayons) ou encore plutôt des récits de

[763] Pour beaucoup d'étudiants l'idée de trouver 10 objets à dessiner et commenter paraissait difficile. En finale la moyenne était 7,7 objets illustrés et commentés par étudiant.

l'utilisation de l'objet; *every day my cat takes my elastics, so these objets are precious for me* (élastiques pour cheveux) De ce fait, ces récits contiennent à la fois des raisons explicites et implicites.[764]

Les récits accompagnants les illustrations dans l'**EX7** devaient décrire les deux objets choisis par chaque participant. Une différence important dans cette exercice était la consigne de choisir deux objets '*that matter'* mais qui s'opposent, selon des critères libres de choix par les participants. Au-delà des points de contraste choisis et nommés par les participants et sans être sollicités directement, un ou plusieurs points de convergence peuvent être notés systématiquement dans chacun de ces récits[765]. Ces points semblent constituer les raisons indirectes et implicites d'importance pour les participants, étant présents dans deux objets très contrastés.

Le point principal en commun entre les deux objets pour chaque participant est noté dans le tableau 3,9.[766] Ces points peuvent s'organiser selon les sept groupes de déterminants identifiés, avec une distribution relativement égale dans cinq des sept familles de déterminants. Les catégories de contexte et de qualités visuelles sont sous représentées par rapport aux autres expérimentations. Au-delà des résultats qui semblent renforcer l'hypothèse d'une variété importante dans les déterminants agissant dans les relations aux objets, l'aperçu des principaux points en commun illustre peut-être aussi l'hétérogénéité des déterminants principaux selon différents individus.

---

[764] Les différents formats des récits donnent lieux à des raisons et descriptions qui sont plus ou moins construites et plus ou moins spontanées de la part des participants. Nous acceptons que nos résultats sont issus des différentes types de reflexion que celles-ci représentent.

[765] Pour noter ces points de convergence, voir détail en annexe, les illustrations et annotations était codées par deux chercheurs indépendamment, et les points de divergence discutés. Les points de convergence les plus saillants étaient distingués des points de convergence secondaires.

[766] Une version de cette table avec les points de cohérence "secondaires" se trouve dans l'annexe 7 TWO OPPOSING POSSESSIONS I LIKE.

1) USING	1) **daily use,** 2) **use (nearly) every day,** 3) **morning ritual,** 4**) (mini) ritual** 5) **satisfying/ efficient function**, 6) **basic tools,** 7) **creative activités I enjoy,** 8**) favourite past-times**, 9) **my creativity, self image**, 10) **my creativity** (making/photos),11) **what I use(d) it for**
2) FEELING	1) **transportable**, 2) **with me all the time**, 3) **multiple interactions,** 4) **touch/manipulate every day**,5) **moving mechanisms,** 6) **gesture,** 7) **gesture**, 8) **mouth/teeth contact,** 9) **hand relation,** 10) high level of **tactile contact,** 11) **same body parts** (head and arm/hand), 12) **hand/wrist related objects,** 13) **softness in touch**, 14) **nice to touch** (very soft toy, 15) **soft plastic*, flexible/soft parts,** 16) **material/texture comments,**
3) TIME	**1) damage/marks of use,** 2) **timeless** ("indémodable") 3) **evolving status of objects**, 4) **seems durable,** 5) **object durability** (will keep for a long time)**,** 6) **durability**, 7) **resistant materials,**
4) SELF	1) "containing" **memories**, 2) **storing past communication**, 3) **meaningful stories**, 4) **reassurance**, 5) **(strong) family link,** 6)**social network,** 7) **self identity** (music and downhill biking),8) **my appearance**, 9) **validation of brand***, a "name/label, *10) **animals** (in the shape of),* 11) **linked to initiation ritual***,life stages, ritual, 12) **sense of pride**
5) PLEASURE	1) **frivolous pleasures,** 2) **physical activity/movement,** 3) **pleasure to use, 4) toy/gadget** (fun things to fiddle with), 5) **happy mood (moment),** 6) **rest moment**
6) CONTEXT	1) **territory,** 2) **secondary "players"**(partner objects, linked to others)
7) VISUAL	1) **visual decoration,** 2) **looking/decorative**
OTHER	1) cheap**/little economic value**, 2) **functional complexity**

Tableau 3,9. *Principaux points de cohérence entre 2 objets choisis pour leur opposition*

Les points de contraste dans les objets qui comptent

Les points de contrast identifiés des 51 participants[767] de l'expérimentation 7 représentent une forme de déterminant non-indispensable. S'agissant de déterminants qui peuvent faire partie d'un relation avec un objet, tout comme leur opposé, ces déterminants sont intéressants à comparer avec les listes et familles de facettes déjà dressées ici. Le tableau 3,10. montre l'ensemble des points de contraste choisis. Ces points ont étés organisés, pour plus de lisibilité, en 7 groupes, avec une description pour aider à comprendre ce groupement.

[767] En tout, 117 étudiants ont participé à cette exercice, et 51 travaux été sélectionnés, et ce choix été validée par l'enseignant des étudiants. Les critères de choix était la présence claire d'un ou plusieurs points de contraste entre les deux objets et des illustrations annotées avec suffisamment de détail pour bien comprendre les objets concernés.

DESCRIPTION, points clés et nombre d'occurence	points de contrast nommés par le cohorte	
symbols, symbolic value, attachment total number: **22**	ATTACHMENT/EMOTIONAL CONNECTION symbol or not (4)	RARE/PRECIOUS/EXPENSIVE /or not (4)
	VALUE/SENTIMENTAL VALUE/or not (symbolic) (4)	INTEMPORAL /or not (1)
	STORY /no story (1)	PAST/CHILDHOOD /present (symbol) (4)
	SPIRITUAL COMFORT/material comfort (1)	INTERNAL /external (symbols)
	SECURITY (insecurity) (1)	FEMININE/masculine
Use, in use or not **7**	UTILITY/USE/INDISPENSABLE or not (3)	
	DIRECT USE /indirect use (1)	STOPS TIME /gives time
	DANGEROUS /or not in use	STICK /cut (repair, destroy)
The type of object, **Technological or not.** New or old **9**	TECHNOLOGICAL/NEW TECH (2)	ELECTRONIC/AUTOMATIC /manual (2)
	HAND-MADE /machine made	TECHNOLOGICAL /handcrafted
	OLD (modern)	OLD /new (and signs of use) (2)
My relation with; **carry, not carry, look at or not, understand or not 8**	MOBILE/PORTABLE/MOVEABLE (or not) (3)	
	SIMPLE /complex	UNDERSTANDABLE /or not
	LOOK AT (or not/feel, don't see) (2)	INTERNAL /external (complexity)
My relation with **in terms of physical mass/material;** big/ small, heavy/light, material needing care or not (but also shows awareness of these qualities **13**	BIG /small (2)	VOLUMINOUS /small
	HEAVY/light (3)	VOLUME (or flat)
	SOFT /rigid	FLEXIBLE /rigid
	FRAGILE /resistant	NOT DURABLE /durable
	NATURAL /synthetic (perfume)	BREAKABLE /unbreakable
value judgement 2	STILL LIKE /don't like any more	GOOD FOR /bad for (teeth)
context 3	OUTSIDE /inside (the home)	NIGHT /day
	ALONE /in group (music listening)	

(64 in all, cohort 51, some identified multiple contrast points)

Tableau 3,10. *Points de contraste choisis par le cohort, Ex7*

Les points peu représentés et donc ceux qui sont peut-être plus centraux dans les relations plus pérennes; les déterminants liés aux gestes; les déterminants autour du plaisir en termes de moments, activités, jeux; les determinants autour des rituels du quotidien; les déterminants autour de mon utilisation propre, "*what I use it for*".

Les points ayant un rapport à la masse physique sont assez nombreux, ce qui suggère que la taille, le poids et la nature physique ne représentent pas de freins ou d'atouts pour une relation pérenne.

Les déterminants les plus présents sont symboliques et représentent un tiers des choix de type de contraste. La qualification de symbolique est certes moins détaillée que les autres groupes de points de contraste sur la table ci-dessus, mais cette sur-représentation semble néanmoins notable. Il est possible d'expliquer ce choix de point de contraste par facilité pour la cohorte. D'autres expérimentations dans nos recherches tendent à montrer que ce point est un des premiers mentionnés dès qu'il s'agit de commenter des relations plus pérennes avec les objets. Il est toutefois permis de considérer que, pour au moins un tiers de la cohorte, l'aspect symbolique ne serait pas indispensable dans la création d'une relation plus pérenne.

Les facettes/déterminants les plus importants dans les relations pérennes?

Haines-Gadd et al. identifient comme aspects importants à aborder dans un design pour une durabilité émotionnelle ce qu'ils appellent l'extension psychologique et l'extension physique de l'objet. En effet, des stratégies et des thèmes avec lesquels ils sont reliés issues de leur "*framework*" peuvent être groupés en deux grandes familles: celles qui s'adressent à la longévité psychologique d'une relation et celles qui s'adressent à la longévité physique et à la longévité psychologique à la fois. Ils considèrent que cette dernière catégorie est à considérer en premier mais proposent que les autres stratégies, qui sont purement psychologiques, constituent des parties importantes des interactions.

La position de Haines-Gadd et al. rejoint nos recherches en plaidant pour une vision des composants des relations plus longues intégrant à la fois des aspects psychologiques et physiques et donnant éventuellement plus d'importance à des aspects physiques.

Les déterminants qui semblent être les plus importants, selon les expérimentations 1, 3 et 7 sont: 1) l'utilisation (*everyday using*), 2) le ressenti (*feeling on me*), 3) le temps/durabilité (*time/ material durability)*, 4) l'identité de soi (*autobiographic self identity*), 5) le plaisir (*episodic/ recent pleasure)*, avec deux autres notables, mais moins bien représentés; 6) le contexte/réseau (*context,network*), et 7) les qualités visuelles/style (*visual qualities/details*). Il s'agit ici d'une première classification et groupement des déterminants, qui va être traité en plus de détail dans les chapitres suivantes. Cette première organisation montrant que chaque "famille" couvre divers aspects qu'il convient de tenter de clarifier par la suite.

Peut-on hiérarchiser les déterminants par importance dans les relations pérennes?

Cette première vue globale sur les possibles déterminants permet de soulever certaines observations sur la question d'une hiérarchisation des facettes/déterminants.

Selon les expérimentations, l'ordre d'importance des déterminants change, mais ceci semble au moins en partie, dû aux différents biais créés par les protocoles d'expérimentation et, dans une moindre mesure, par la composition et l'âge de la cohorte.

Dans l' **EX3**, le déterminant en lien avec l'expression de soi et le souvenir surtout autobiographique est en première place et sur-représenté par rapport aux autres expérimentations. Cette expérimentation est la seule qui contient des relations aux objets physiquement avec la cohorte mais aussi des objets absents au moment de composer leurs récits. Ces récits comportent peut-être plus de commentaires en lien avec leurs croyances générales, des rapports plus globaux basés sur les connaissances sémantiques (Schwartz et al., 2009) et concernent à priori plus d'objets relevant des souvenirs auto-biographiques. Ceci ne réduit pas la pertinence de ces réponses, mais suggère peut-être la présence de plus d'objets enclins à être remarqués ou simplement "marqués". L'**EX3** comporterait plus d'objets dont on se souvient hors de notre présence et génère probablement plus de déterminants en lien avec d'identité de soi. Mais malgré ce biais, les réponses gardent une représentation importante dans les autres familles de déterminants.

La hiérarchie des déterminants entre **EX1** et **EX7** est très similaire en termes d'ordre. Les principaux déterminants sont *feeling, using*, et *self* suivi de *time* et *pleasure.* Il y a néanmoins une difference d'importance donnée sur le point "temps" - peut-être dû à l'âge de la cohorte en **EX7**, mais aussi tout simplement le temps de possession, car la moyenne d'âge de la cohorte en l' **EX7** est autour de 20 ans. L'analyse en "cross-section" (Karapanos et al.2010, voir aussi chapitre 3,5,3) des récits pour l' **EX1** confirme logiquement une présence croissante (avec le temps de possession) au déterminant de temps; des références à l'âge, à la résistance, aux matériaux et à la durabilité dans la relation à l'objet.

La hierarchisation dans les schémas d'étudiants (*mappings*) appuie l'importance du déterminant du souvenir, qui correspond surtout à ce que nous avons groupé sous le nom de *"self"* avec, en deuxième, les déterminants autour de la fonction et l'utilisation.

La cohorte de l' **EX1** a hiérarchisé des raisons données pour leur choix et la durée de leurs relations. Cette hiérarchisation, souvent ajoutée dans un deuxième temps[768] dans les entretiens place le composant *self* en premier, le composant *using* en deuxième et le composant *feeling* en troisième et *pleasure* en quatrième. Dans cette classification par la cohorte, les deux premiers

[768] Le cohort pouvait s'il le souhaitait donner un ordre d'importance aux raisons listées lors de l'entretien, par des annotations ***, **,*. Ces évaluations n'ont pas étés complétées par l'ensemble du cohort.

composants se trouvent finalement presque sur un niveau d'égalité, tout comme les deux prochains.

Il faut également garder en tête que ce qui relève du niveau de reflexion est peut-être plus accessible, plus exprimable par les participants et plus "riche". Lesage (2015, p85 - 87) a utilisé la structure des émotions viscérales, comportementales et réflectives de Norman (2004, voir aussi chapitre 2,5) pour classer des commentaires sur des expériences positives avec un objet[769] sur trois temps différents, une expérience de découverte, après une semaine d'utilisation et après au moins quatre ans d'utilisation. Ses résultats appuient fortement l'importance des évaluations (*appraisals*) réflectives par rapport aux deux autres. Ces évaluations étaient, dans le cadre de son étude, les plus riches dans le temps long (*over time*). Lesage conclu que "*This result suggests that the long-term emotional appeal for the chair is to be found in the expression of reflective emotions. The growth over time of reflective expressions appears to echo the prolonged appreciation the chair receives from its users.*" Mais il est possible de lire les trois types de réponses en termes de ce que l'on exprime plus ou moins facilement, il y peu de langage pour les expériences comportementales et encore moins pour les expériences viscérales. Le type de commentaire que l'on peut qualifier de réflectif contient aussi plus d'expressions personnelles, d'anecdotes et d'histoires, ce qui en fait une matière plus variée. Lesage (2015, p87 - 88) note aussi que les réponses riches (reflétant les émotions réflectives) contiennent des aspects "*rational and functional to poetic and personal",* ce qui suggère une matière plus complexe et qui ainsi génère plus de commentaires[770].

Ce premier regard sur une possible hiérarchisation placerait trois déterminants en tête, *Using, Feeling, Self* . La hiérarchisation des participants et étudiants eux-mêmes semblerait privilégier le composant *self*, peut-être en lien avec les raisons évoquées ci-dessus.

Conclusion

Il parait possible de distinguer, selon nos expérimentations, cinq familles principales de déterminants, qui vont être explorées en détail dans les chapitres suivantes. Chacune de ces cinq familles est très bien représentée dans les expérimentations et semblent donc constituer un socle important dans la compréhension des relations pérennes avec les objets quotidiens. Les

---

[769] Lesage, 2015, autotelic aesthetic experience, en occurence avec une chaise de bureau jugée une des meilleurs de son époque, produit à partir de la fin des années 1990s. Verbatims collectés en entretien et en discussion en groupe, "*focus group*"

[770] Lesage, (2015) a basé cette partie de ses observations sur le nombre de mots par catégorie dans son échantillonnage. Il semble probable qu'on peut être plus disserte sur un lien, une histoire ou événement plutôt qu'une action corporelle ou un ressenti viscéral.

déterminants autour du contexte et de l'objet dans un réseaux tout comme l'importance ou non de l'aspect visuel sont moins bien représentés. Ces deux derniers déterminants semblent néanmoins importants et vont également être détaillés par la suite.

Pour revenir à la discussion du début de chapitre et pour faciliter la lecture des chapitres suivants, il convient de fixer ici le terme qui va être employé pour designer ces sept familles identifiées. Partant du principe que chaque thème est un groupement plutôt que quelque chose d'homogène, le terme composant semble le plus approprié pour l'instant. Il semble également plus juste d'utiliser un mot qui suggère des éléments qui rentrent dans la composition d'une relation pérenne, plutôt qu'éléments qui le déterminent. Les parties constituantes de chaque composant seront divisées en thèmes et éventuellement en sous-thèmes.

3.5 Les composants principaux des relations plus longues

Les cinq composants qui semblent constituer une base des relations plus pérennes avec des objets selon les résultats des expérimentations[771] sont détaillés dans les cinq sous-chapitres suivants. Chaque composant est comparé avec les déterminants et facettes identifiés dans la littérature[772]. Les points de cohérence issus de **EX7** sont illustrés en introduction de chaque chapitre afin de donner un premier aperçu des thèmes et sous-thèmes possibles pour le composant. Chaque composant est illustré avec des récits issus des différentes expérimentations.

3.5.1 L'utilisation (*using/doing*)

"…we've got a Bodum kettle which is probably the least annoying kettle I've ever had, so that's quite good and the bread bin I like, which we took from (last home) because it's a big enamel bread bin that's easy to clean with a big clunky lid and it never runs out of space because it's so huge…yes, I think that's it…that's all the things I particularly like … I think I'm more attached to the decorative things, I mean obviously it's nice if you have a practical thing that you have some sentimental attachment to but…"

Dans cet extrait, **EX5** (les visites virtuelles), ***J.*** ne trouve pas facilement des objets de tous les jours à commenter. Pour elle, la notion d'attachement s'applique plutôt à des objets décoratifs. La bouilloire la moins frustrante jamais possédée est seulement "assez bien", avec le bac à pain et un pot à ustensiles peint par sa fille sont les seules objets qu'elle remarque dans un premier tour mental de sa cuisine. Cet extrait est une entrée en matière révélatrice du statut ambigu du composant "*using/doing*" mais il illustre aussi peut-être en partie la nature de ce composant dans les relations. Le "*bread bin*" est clairement apprécié et sa relation est faite de gestes du quotidien, de mouvements, de sons, de l'appréciation de sa volume, de la facilité des actions de nettoyage.

Le tableau 3,11. rassemble certaines évocations de l'utilisation en tant que raison ou déterminant dans la littérature autour des relations aux produits. Ce tableau montre la difficulté à trouver des correspondances équivalentes pour ce composant dans la littérature. Il corrobore néanmoins certains aspects qui seront discutés plus loin.

---

[771] Ces cinq composants sont présents dans plus de 80% des exemples des réponses détaillés en **EX1**

[772] Il n'est pas toujours questions des mêmes études, car nous avons privilégié dans chaque comparison les desservants les plus approchant de nos composants.

Une explication du peu d'importance donnée peut venir des divisions discutées par Cooper[773] dans l'obsolescence des produits. Il y aura une obsolescence absolue (la capacité d'un objet à resister l'utilisation et la dégradation matérielle, une durabilité intrinsèque) et une obsolescence relative (la capacité d'un objet à se comparer à de nouveaux

Csiks &R.H, 1981	Mugge, 2008	Odom et al 2009	Haines-Gadd et al, 2017	Green, 2018
ongoing **meaning**	utility/ functional attributes **(determinant)**	Engagement + Augmentation **(relationship clusters)**	Relationships, Evolve **(emotional durability themes)**	Using **(longer relation component)**
used for everyday activities that regularly occur, regular use of object (p272) + Flow activities, integrated attention (p186-7)	usefulness/ convenience (p26-27)	Engagement: extent to which objet invites and promotes physical engagement during use, Augmentation: extent to which object has been re-used, renewed, modified, augmented beyond original intended use	Relationships: Create participation with Creative Activities, + Evolve; Design for Variability and Modularity, How can it Transform…	use ritual, care/ cleaning, good for/ multifunction, easy to use/useful, use my way, nice function, use justification

Tableau 3,11. *Determinants et thèmes autour de l'utilisation*

produits). Dans cette deuxième forme d'obsolescence, il y aura une comparaison/évaluation sur le plan fonctionnel/technologique (des critères objectifs), sur le plan économique et sur le plan psychologique (des critères subjectifs). Dans ces critères subjectifs il y aura une évaluation sur le plan esthétique, symbolique ou fonctionnel. L'utilisation et la fonctionnalité des objets sont impliquées dans toutes les niveaux d'obsolescence discutés par Cooper. Cela en fait un composant d'une grande complexité. Il peut aussi être mis de côté car étant le domaine des ingénieurs, relevant l'éléments intrinsèques et objectifs plutôt que relationnels.

Dans le chapitre précédent, ce point de départ renvoi à l'observation de la difficulté à classer la notion de fonction dans les schémas d'étudiants. C'est pour cette raison que le nom provisoire du composant serait "*Using/doing*", l'action d'utiliser, d'employer et de faire.

Nous pouvons aussi relever la place de la fonction dans l'histoire du design qui est omnipresent pour une grande partie du 20e siècle jusqu'à devenir un héritage à critiquer. Elle est d'une telle évidence qu'elle ne suscite plus d'attention. (voir section 1 - introduction - histoire du design).

L'extrait en incipit montre la difficulté à "voir" les objets appréciés et pérennes qui rentrent dans les actions du quotidien. Ces objets disparaissent dans les actions, dans une forme de

[773] Tim Cooper, Inadequate life? Evidence of Consumer attitudes to Product Obsolescence, in *Journal of Consumer Policy,* December, 2004 s'appuyant sur Granberg, 1997

transparence (Rosenberger & Verbeek, 2015, p23) mais cette invisibilité peut constituer une qualité pérenne, comme le suggère les concepts de *without thought* (Fukasawa, 2007), ou d'objets "majordome" (Dieter Rams, cité par Sudjic, 2008)

Dans les réponses des cohortes - ***G.*** - virtual visits, **EX5,** "le problème c'est de trouver des objets auxquels tu tiens mais que tu manipules souvent, ça ce n'est pas…" - comme si utiliser et "tenir à quelque chose *(care about)* ne sont pas compatibles.

Malgré cette introduction, cette famille de composants/déterminants est aussi une des plus représentées dans l'ensemble des récits de nos expérimentations, citée comme raison d'une relation plus pérenne. Dans les réponses détaillées de l' **EX1** (22 personnes), cet aspect est commenté dans l'ensemble des récits. C'est aussi la famille de déterminants qui est le plus constamment commenté quelque soit la durée de possession des objets, selon l' **EX1**.[774]

Comme nous avons évoqué dans le chapitre précédant, ce composant est très présent dans les visualisations d'étudiants (Ex2) comme partie essentielle d'un schéma de relations plus pérennes aux objets. Les déterminants "*function*" ou "*using/use*" sont présents en tant que titre ou déterminant principal dans 14 schémas sur 16. Dans les deux schémas restant, cet aspect est représenté par le titre engagement (sous titres; *ritual, function, psychic energy, daily use, physical*) ou par le rituel (explication; *needing a special knowledge to use it, creating a special time when I use it*). Ce composant se trouve aussi largement représenté dans les sous-titres et leurs descriptions avec les notions de *"daily/everyday", "practical", "ritual", "use value", "daily use"*

Un autre point qui semble confirmer ce composant est sa faible présence dans les points de contraste choisis par la cohorte en **EX7**. Comme nous avons évoqué dans le chapitre précédant, ces points de contraste semblent représenter des qualités non-indispensables d'une relation car pouvant être présent ou non. Dans seulement trois instances sur 64 récits, les choix de point de contraste entre les deux objets a un rapport avec l'utilisation ou non de l'objet. Les termes choisis pour le point de contraste dans ces trois cas sont l'Utilité (ou non), J'utilise (ou pas), Indispensable (ou pas). Le premier cas concerne le contraste entre une montre et un mètre à ruban. Les deux objets sont finalement utilisés de façon très régulier, mais s'opposent par l'aspect essentiel de leur utilité, la montre n'étant plus essentiel "dépassé par la téléphone". Dans le deuxième cas l'opposition concerne un rouge à lèvres, utilisé et une maquette à très petite échelle de voiture qui n'est pas "utilisée" mais surtout observée et qui selon le récit, rentre

[774] Etude "*cross-sectional*", (Voir Karapanos et al, 2010 in CHI) 32 récits issus de l'expérimentation 1, cohort entre 40 et 60 ans, temps de possession entre 6 mois et plus de 40 ans, voir détail chapitre 3.5.3

néanmoins dans certaines actions, “j’en prends beaucoup de soin”. Le troisième cas rejoint le premier, s’agissant de lunettes de vue contrastées à un rouge à lèvres. Les deux objets sont utilisés, touchés et portés mais diffèrent sur l’aspect “essentiel” de leur utilisation, selon les explications du participant.

Les points de cohérence indirects et implicites relevés des récits le Ex7 confirment que le composant *using/doing* concerne en grande partie les actions répétées et une présence de proximité plutôt que l’aspect indispensable ou essentiel. Ces points sont groupés par thème dans le tableau 3,12. et représentent le plupart des sous-thèmes qui semblent importants pour le composant *using/doing* dans les relations plus pérennes.

1)**daily use***, 2)everyday use, **3) use (nearly) every day,** 4) use everyday, 5) using (past and now), 6) everyday use, 7) regular use, 8) **morning ritual,** 9)morning ritual, **10) (mini) ritual** (daily actions)	1)efficiency/functionality (and mastering) 2) **satisfying/ efficient function**, 3) efficiency, reliability, 4)practical,	1)**creative** activités I enjoy, 2) **favourite past-times**, “doing” activities, 3)ideas, **my creativity, self image**, 4) symbols of favourite activities (DIY + cycling), 5) using my own way/individuality, **my creativity** (making/photos), 6) develop ideas and communicate
1)multiple uses,	2)**basic tools,** 2) simple objects, 3)simplicity of use, 4) understandability, 5) essential objects, 6) *containers*	1)**what I use(d) it for**

***main coherence point,** other coherence points

Tableau 3,12 *Points de cohérence indirectes relevés, Ex7, en lien avec composant using/doing*

Pour une partie importante de ces points, il s’agirait d’objets qui rentrent dans les rituels et des actions du quotidien: l’utilisation de tous les jours ou presque, l’utilisation dans les rituels du matin ou de petits rituels d’autres moments de la journée: *daily use, use (nearly) every day, morning ritual, (mini) ritual*. Une autre partie importante de ces points de cohérence concerne une utilisation qui renvoie aux actions faisant partie de (l’image de) la créativité du participant: *creative activities I enjoy, favourite past-times, my creativity/self image, my creativity (making/ photos)*. Si ces points relèvent aussi de l’image de soi, il est également question du “faire”, d’objets qui sont dans les actions d’utilisation appréciées. Un niveau d’utilisation qui relève aussi d’une adaptation personnelle, sans pour autant devenir symbole identifié de créativité “*what I use(d) it for*” semble important dans ce composant *using/doing* et se confirme dans d’autres expérimentations. Ces points illustrent pourquoi il serait question ici d’un composant (*using/ doing*) plutôt qu’un registre (Blandin,..) ou d’un niveau de traitement (Norman,) car ces actions concernent plusieurs niveaux ou registres mais peuvent néanmoins être groupées.

Fonctionnalité comme justification

Dans les different récits il est possible de noter un certain nombre de raisons données pour une relation durable en forme de justification par la fonctionnalité. L' objet "est super pratique" (un sac à dos), "c'est très utile" (sèche cheveux) sans qu'il y a des références à sa propre façon d'utiliser l'objet, "ce que je fais…". Il semble possible que ces réponses soient celles qu'il est facile de verbaliser ou décrire, ou encore celles qui paraissent rationnelles et sont presque une manière de se convaincre soi-même (Creusen, 1998, p85)[775]. Dans cette famille de raisons, les termes les plus souvent employés sont pratiques, essentiels, utiles ou multi-fonctions "hyper pratique pour toutes les situations de la vie quotidienne"(mini-couteau suisse). Il est aussi question de "bonnes" habitudes, surtout autour de l'hygiène et la santé "les infusions sont bonnes pour la santé" (une théière) ou le fait qu'il faut de boire de d'eau "*natural need*" (une bouteille à eau). Ces raisons "sans sujet" sont beaucoup moins nombreuses que celles où la personne est présente par ses actions. Généralement ces raisons qui semblent garder une certaine distance ou niveau d'abstraction par rapport à l'objet ne sont que rarement la seule raison donnée dans un récit. Elles sont presque toujours accompagnées par des commentaires qui impliquent la ou les utilisations spécifiques de la personne[776]. Ceci suggère peut-être qu'une certaine niveau de fonctionnalité reste un des pré-requis identifiables par l'utilisateur dans une relation durable.

Mon utilisation et une ou plusieurs actions

La majorité des commentaires qui concernent l'utilité de l'objet en question comprennent aussi l'utilisation spécifique de la personne, le plupart du temps en comprenant plusieurs actions et manipulations. Par exemple, pour expliquer le lien avec un sac à main[777], en forme de liste;

> "on peut placer beaucoup de choses dedans. Plus ou moins utiles…On le laisse sur l'épaule (ne gène pas les bras), et qui permet d'attraper facilement les choses à l'intérieur (bien plus pratique qu'un sac à dos) Compartiments pour ranger les différents objets et ainsi "faire du tri" (poche pour portables, 2 grands rangements et d'autres plus petits pour s'y retrouver)…"

Beaucoup d'actions différentes sont évoquées, des manipulations et un rapport au corps, comme dans l'exemple suivant également[778],

---

[775] Maria Creusen, Product Appearance and Consumer Choice, Thèse doctorale, TU Delft, 1998

[776] Nous pouvons néanmoins noter un petit nombre de raisons données sans sujet qui sont "distanciés" (ou abstraits) dans le sens où ils concernent une famille d'objets plutôt qu'un objet précis (or toutes les formes de question dans nos études précisaient qu'il s'agissait d'objets physiques spécifiques). Ces cas sont évoqués en chapitre 3.6.4 Presence/conscience du matériel

[777] Ex1, entretien face à face, femme de 18ans, sac à main possédé depuis 1 an

[778] Ex1, homme 53 ans, cartable en cuir noir, possédé depuis 4-7 ans

> "…Encombrement du cartable: possibilité de le poser sur ses genoux pour travailler dans le train. Présence d'un petit emplacement à l'intérieur pour ranger son téléphone portable (accessible de l'intérieur et d'extérieur). Pas besoin d'avoir continuellement son téléphone dans la poche…Le cartable tient bien debout…"

Même si dans les deux exemples la forme de la première personne n'est pas utilisée, il s'agit bien des fonctionnalités et des utilisations vécues corporellement et des façons personnelles d'utiliser l'objet. Ce dernier point peut aussi être illustré par la liste des raisons d'attachement à un sèche-cheveux[779] possédé depuis très longtemps où une partie des utilisations et des actions sont "sa" façon particulière de l'utiliser, et d'agir avec, l'objet;

> "il me sèche les cheveux (je déteste avoir les cheveux mouillés), me rend 'sortable', je l'ai déjà réparé 4-5 fois, sèche mes vêtements quand je veux les mettre et qu'ils ne le sont pas, me chauffe les mains l'hiver"

Habitudes d'utilisation

Un autre thème important dans ce composant concerne les habitudes avec des objets qui sont utilisés tous les jours et qui ont une grande proximité avec leurs propriétaires. Pour un porte-carte;[780]

> "J'ai également pensé à ce petit porte-carte, il est tout con, mais je le trouve pratique, il est tout le temps sur moi dans ma poche arrière gauche, j'ai pris l'habitude de l'avoir tout le temps et ça m'embêterais vraiment de le perdre, j'ai pris l'habitude d'avoir cet objet je ne veux pas le changer."

L'habitude est ici une présence au quotidien, une place spécifique et un lien avec des vêtements. Odom & Wakkary (2015)[781] évoquent l'accumulation d'*intersections*, décrits comme des *incremental encounters* avec un artefact souvent avec des manipulations directes qui constituent avec le temps des *ensembles*. Ces ensembles sont des collections dynamiques d'éléments sociaux et matériaux dans un contexte qui deviennent progressivement plus uniques et nuancés. Avec l'utilisation et la proximité quotidiennes l'objet s'inscrit dans un contexte plus large et prend plus d'importance.

> "je bois mon café dedans tous les matins. Quand j'arrive dans la cuisine je choisis toujours celle-là, je ne sais pas c'est comme un réflexe…je l'utilise vraiment tous les jours. Parfois elle est au lave-vaisselle, et c'est le genre de truc qui peut m'énerver (un peu). Si elle venait à casser, je pense que sur le coup je serais un peu dégouté mais ça ne serait surement pas un drame[782]."

---

[779] Ex1, femme 38 ans, possédé depuis 20 ans, réponse par e-mail

[780] Ex1, homme 55ans, questions envoyés par mail, avec du temps pour réfléchir et puis interview oral, porte-carte possédé depuis 3 ans

[781] William Odom & Ron Wakkary, Intersecting with Unaware Objects, C&C, 2015, Glasgow, UK

[782] Ex1, homme, 48 ans, tasse possédé depuis 2 ans, échange direct

Il s'agit d'habitudes qui ne s'expliquent pas vraiment. Dans une autre réponse en **EX1**, sur un autre bol du matin, reçu comme un petit cadeau comique de la part des enfants pendant un week-end dans un grand hotel[783] ;

> "Je l'ai depuis 10 ans environ, il m'a été offert par mes enfants pour mes 50 ans. C'était une blague de leur part…je me suis attaché à cet objet banal du quotidien sans trop savoir pourquoi. Je ne peux donc pas dire que ce soit plutôt le bol que le weekend qui m'a marqué…"

Et les raisons de l'attachement donnent finalement une grande place aux habitudes, aux actions et à la qualité de l'objet en tant que présence physique;

> "…il vient de mes enfants, adapté à n'importe quelle 'bouffe', joli, va vite à nettoyer, petit mais en même temps grand, c'est un souvenir, c'est devenu une habitude un rituel, il me fait sourire tous les matins…"

Il s'agit de rituels qui ne sont pas le plus part du temps identifiés et sont à peine conscients. ***L.,*** dans l'**EX8**, note que ses mains sont entrainées "vers certains objets plutôt que vers d'autres pourtant placés à côté. Pourquoi cela?" Parmi des exercices demandés dans l'**EX8**, les participants devaient choisir un objet "insignifiant[784]", et s'adresser à l'écrit à l'objet à la première personne. Pour cet exercice, ***B.*** commente une tasse;

> "sans savoir pourquoi, je réalise aujourd'hui que c'est toi que j'ai "choisi" pour mes rituels…le thé du matin, la tisane du soir. Toujours toi. Bizarre…! S'il y a du monde à la maison, je te prête volontiers, sans même le réfléchir…avant aujourd'hui…"

Le mot "choisi" ne semble pas convenir à l'auteur pour décrire la façon dont l'habitude s'est installée, car donnant trop l'impression d'une acte volontaire. Cette citation montre aussi que sans l'acte de répondre aux questions, cette relation et cette habitude serait restée invisible et pas remarquée.

Soin et nettoyage

Un des points de départ pour inclure la notion de "*care*" dans ce composant est "*caring involves action*" (Gwilt et al, 2015)[785]. La notion de care commence à être étudiée dans le

---

[783] Ex1, homme 65 ans, bol possédé depuis 10 ans, interview en direct

[784] La formulation dans le Probe kit était "…des objets auxquels vous tenez "sans histoires" ou sans liens particuliers, hors le fait de les utiliser régulièrement."

[785] '*while empathy may be encouraged through design as a way to challenge apathy, the value of 'caring' involves action*' selon l'anthropologue Elizabeth Dori Tunstall. Ce point est aussi discuté en chapitre 3.5.3, Temps et durabilité

contexte des recherches sur les "*product lifetimes*". Ackermann et al.[786] l'ont défini, pour les besoins de leurs questions aux participants dans une étude sur les comportements de soin, "*devoting effort and/or attention to a product so it remains useable for a longer period of time*". Nous qualifierons ici de "*care*" les références données par des participants à des actions même très simples qui contribuent à garder l'objet en bon état, et qui montrent une conscience de la nature de l'objet. Il ne s'agit pas de réponses à une question précise par rapport au soin et les commentaires ici concernent des actions qui ne seront pas forcement qualifiés en tant que soin par les participants eux-mêmes. Pour une cafetière à filtre:

> "*All it needs by way of maintenance is occasional descaling…It's got a brushed metal type surface so it wipes clean to a nice metallic shine*".

Pour une théière,

> *"I store it in a safe place, unreachable for children. I rarely wash it and above all very gently"*.

Ou pour une platine vinyle et des disques

> "Un 33 tours il faut y faire attention, ne pas le laisser dehors, et puis il faut vérifier que la tête de lecture de la plateforme est en bon état. On est plus attentionné avec une plateforme vinyle".

Les soins en lien avec l'objet impliquent des actions, une attention et également souvent un contexte plus large, un lieu de rangement, des objets associés. Dans ce sens, le *care* fait aussi rentrer probablement l'objet dans un "ensemble" (Odom&Wakkary, 2015) plus important, comme nous avons noté sous la thème des habitudes. Les actions de soin dans les commentaires décrivent non seulement des soins qui sont très faciles et facilités par la nature de l'objet mais également des actions un peu fastidieuses et qui prennent du temps. Pour des couteaux qui sont commentés par ***G.*** (**EX5**):

> "…il y a aussi des couteux à corne, en manches à cornes, mais ça aussi je n'ai pas fait gaffe, parce que en fait, maintenant je fais super attention, il faut surtout pas les mettre au lave vaisselle, sinon la corne elle gonfle et elle se déforme mais j'en ai gardé au moins trois ou quatre en bon état…"

---

[786] Laura Ackermann, Ruth Mugge & Jan Schoormans, Consumers' attitudes to product care: an exploratory study of motivators, ability factors and triggers, *PLATE proceedings*, Delft, 2017

Fastidieuses ou pas, des actions de soin de différents niveaux sont commentées de façon plutôt neutres dans nos études. Il s'agit d'actions dont la personne se rend compte, au moins dans le contexte des échanges lors des expérimentations et qui ne sont pas marquées en tant que plaisir ou déplaisir.

Outils (très) simples

Un des 6 themes expérimentaux identifiés par Chapman, (2008) comme forme de relation avec des objets du quotidien[787] est le "*detachment*", défini comme "*no emotional connection to the object, have low expectations and thus perceive it in a favourable way due to lack of emotional demand or expectation.*" Il s'agirait d'une forme d'anti-attachement, sans contenu émotionnel. Notre thème des "outils simples" a peut-être un rapport avec cette notion de Chapman, d'une appréciation d'objets pour lesquels nous n'avons que peu d'attentes. Une première série d'exemples de relations avec des objets vient de l'**EX6** où il s'agit d'un objet jetable que la personne a choisi de garder. La boîte à chewing gum en forme de petit pot est gardée car c'est la bonne taille pour les pièces qu'il faut à porté de main dans la voiture pour le péage. Elle est "refermable, en cas de coup brusque". Elle s'insère dans la porte, coté conducteur. Elle fait gagner du temps et est "réutilisable jusqu'à trouver quelque chose de plus esthétique mais tout aussi pratique." Ce petit objet est très satisfaisant en termes de fonctionnalité et rentre déjà dans un ensemble de gestes et mouvements en lien avec d'autres objets dans un contexte spécifique pour répondre à un besoin du quotidien. Une autre personne décrit des pots (individuels) de crème brûlée Bonne Maman devenus des cendriers de la collocation qui sont grands, plats, neutres, faciles à laver, disponibles et perçus comme resistants et capables de durer "ils resteront aussi longtemps que notre collocation durera". Dans ces deux cas il y a peut-être une forme de fierté à avoir résolu un (petit) problème, il semble aussi que ces objets ont une forme de simplicité qui a facilité leur appropriation et leur intégration dans les gestes du quotidien.

Sans qu'il s'agisse d'objets du même type, les commentaires recueillis sur le bol (jaune) du matin ou le bac (en métal émaillé) à pain plus haut semblent suggérer des qualités similaires aux deux objets jetables gardés. Ces objets sont appréciés en termes de volume et de matière,

[787] Chapman, 2008, PhD, sur les relations avec les DEPs - Domestic Electronic Products

d'adaptation à des modes d'utilisation personnelles, des utilisations qui peuvent être inscrites par l'utilisateur.[788]

Utiliser à ma manière

Dans les objets très simples il y a plus de place pour une utilisation à sa propre manière, mais en dehors d'une simplicité d'objet qui permet ces utilisations, la définition personnelle d'une façon d'utiliser tel ou tel objet est une thème important qui emerge des études. L'accommodation familière et personnelle (Thévenot, 2001), le "*Everyday design*"[789], ou le *Non-Intentional-Design* ou NID (Brandes & Erloff, 2006), sont tous des concepts qui décrivent différents niveaux d'adaptations de la sphère personnelle, des arrangements personnels et la façon dont les personnes s'engagent avec des objets de tous les jours de manière créative, innovante et au-delà des fonctions initialement prévues (Odom & Wakkary, 2015). Sans aller jusqu'aux *upcycling* et des détournements importants, les adaptations à petite échelle auront, selon nos études, une place notable.

Un des objets les plus appréciés par ***J.*** (**EX5**) est:

> *"...like a pancake flipper. I'm not sure what it was originally designed for, but I use it for flipping pancakes, I think it's designed as a pastry knife or something like that..."*

et ***M.*** (**EX5**) décrit:

> "une espèce de…truc à essorer les assiettes et tout ça une fois lavé, qui est un peu en hauteur…que j'ai acheté quasiment il y a vingt-cinq ans…qui m'a jamais quitté…et que j'utilise aussi pour essorer des aliments que j'ai rincé…"

Dans les deux cas, il s'agit d'un des objets remarqués assez vite dans la discussion et réellement appréciés par les participants, possédés depuis un certain temps. Or, dans les deux cas, l'objet en question n'a pas vraiment de nom précis.

Un autre niveau de ce même phénomène peut être illustré par un objet contrasté sélectionné (**EX7**). Une participante a choisi comme point de contraste la valeur personnelle qui était pour elle synonyme de valeur symbolique. L'objet sans-valeur choisi est une bouteille d'eau (marque Voss) en verre qu'elle utilise comme gourde au quotidien. Il est décrit comme étant facile à

---

[788] L'agence de design ggsv (ggsv.fr/objet-trou-noir/ accédé 25,07,18) propose la notion d'objets "déspécialisé"; "Nous faisons constamment l'expérience d'objets performants, et avons ainsi assimilé les gestes qui leur sont associés. Ayant acquis une connaissance des actions et même des fonctionnements, nous possédons donc en mémoire un savoir qui permet maintenant d'envisager la réalisation de ces mêmes actions avec des objets moins spécifiques. Partant de ce point de vue, nous pouvons alors déspécialiser les objets." Ce qui semble intéressant dans ce concept est la notion de gestes, mais aussi le fait que l'appropriation de ces objets intégré l'utilisateur lui-même dans des choix et façons de faire qui peuvent lui être propre.

[789] Wakkary & Maestri, 2007, cité par Odom & Wakkary, 2015

transporter partout, facile d'utilisation, réutilisable et évitant le gaspillage[790]. Même sans "valeur personnelle", l'objet qui n'est pas prévu à cet effet est gardé et intégré dans les actions du quotidien de la personne suite à un ré-emploi personnel[791].

Conclusions

La fonctionnalité et l'utilité peuvent sembler des formes de réponse par facilité pour justifier les relations durables avec les objets quotidiens mais il s'agit que d'une portion réduite de raisons notées pour ce composant. Ce composant confirme l'importance de l'action attendue ou personnelle avec les objets. Les objets dans les relations plus pérennes semblent impliqués dans une série de gestes d'utilisation différentes avec: une proximité, des formes de soin qui peuvent aussi être à très petite échelle, une façon de laver, de ranger. Une notion de rituels, d'actions enregistrées et une conscience, également à un niveau très simple, des qualités matérielles et volumiques de l'objet.

[790] "j'ai choisi cet objet comme étant un objet de non-valeur, cependant il se trouve que cette bouteille d'eau mérite son importance puisqu'elle est réutilisable et ainsi évite le gaspillage. De plus, il est facile de la transporter n'importe où, donc facile d'utilisation. Toutefois cet objet n'a pas de valeur personnelle."

[791] Dans l'expérimentation 7 il y avait très peu d'objets choisis plusieurs fois, mais le cas de la bouteille Voss est une exception, les deux personnes ayant choisi une bouteille d'eau ré-utilisée en gourde ont également choisi la bouteille de la marque Voss. La bouteille est en forme de cylindre, très simple, à priori bien adapté pour glisser dans un sac, avec le bouchon en plastique gris dans la même ligne que la bouteille. Elle est en verre assez lourd, donc résistante mais un peu lourd pour l'utilisation portable. Cet objet semble bien répondre aussi aux critères du thème "outil simple". Voir aussi p296 et p361 sur les incongruités.

3.5.2 Ressentir/toucher (*feeling (on me)*)

"J'ai parmi mes objets de toilette trois objets "fétiches", ceux sont mon peigne en corne (il était à ma maman), ma brosse (20 ans environ) et ma pince à cheveux; je me sers tous les jours de ces trois objets; j'y suis tellement habituée que j'allais oublier de les mentionner, pourtant j'ai eu d'autres peignes, brosses et pinces…mais je reviens toujours vers ces trois compagnons que j'associe journalièrement à ma toilette. Je leur trouve des qualités que les autres n'ont pas; la pince à cheveux légère, petite mais efficace, la peigne en corne, grand, généreux et…beau, la brosse qui va avec, mais là je ne sais pas trop pourquoi. Ni belle, ni très efficace…loi de l'habitude!"

Cet extrait vient du "probe kit" **EX8**, rempli par ***L.*** Il s'agit de trois objets qu'elle utilise tous les jours, des objets de proximité en lien avec la main, la tête et les cheveux dans un ensemble de gestes. Mais comme dit ***L***, ces objets ont failli être oubliés de la liste de tout ce qu'elle a touché dans la journée. Ces objets sont appelés "fétiches", et plus loin 'compagnons', comme si le fait de parler d'objets si banals doit être justifié ou qualifié, or pour un des objets il n'y a pas de qualité dicible. Ce que l'on peut remarquer sont des références à la taille, à la légèreté, à la générosité. Des qualités ressenties et confirmées dans les actions et les habitudes.

Le tableau 3,13. rassemble certaines évocations autour de l'action de toucher en tant que "*meaning*" ou déterminant dans la littérature autour des relations aux produits. Comme pour le composant "*using*" il y a peu de correspondances directes.

L'implication de multiples modalités sensorielles devrait générer des expériences plus plaisantes selon Schifferstein & Spence (2008). Le toucher et la vision sont identifiés (Schifferstein & Cleiren, 2005)[792] comme les modalités sensorielles avec plus d'influence sur l'expérience en rapport aux produits. La vision aurait un avantage sur le toucher pour la vitesse de traitement d'information. Une étude de Fenko, Schifferstein & Hekkert (2008) indique que la vision est dominante dans l'expérience avec les produits en début d'usage. Dans les étapes suivantes dans la vie avec un objet, le toucher et l'audition deviennent plus importants. Le toucher est également signalé comme important dans l'expérience d'un produit comme familier et étant à soi (Fenko et al citant Schifferstein & Desmet, 2007).

Dans ce chapitre, il s'agit des sens extéroceptifs, c'est à dire des sens qui capturent des stimuli externes à l'organisme (Bongard-Blanchy, 2013, p40). Il s'agit surtout ici du toucher et des sens

[792] Cité par Fenko et al, 2008

proprioceptifs, qui viennent de l'orientation et du mouvement spatial du corps donc, avant tout, le mouvement (kinesthesioception).

Verbeek, 2005	Odom et al 2009	Maclachlan 2011	Haines-Gadd et al, 2017	Green, 2018
material - aesthetic **perspective**	Engagement **(relationship clusters)**	Sensory Design **(emotional design theme)**	Materiality **(emotional durability themes)**	Feeling **(longer relation component)**
allows the mediating role of products to be anticipated with particular attention to their sensorial aspects (p233)	Engagement: extent to which objet invites and promotes physical engagement during use,	Engage multiple senses, either congruently or incongruently	Materiality: Multi Sensory Experience (other aspects of "materiality do not match the notion of feeling/touching)	touch pleasure, feeling on me, move/ manipulate, good weight, good size (for me)

Tableau 3,13. *Déterminants et thèmes autour du ressenti (feeling)*

Les déterminants ou thèmes en lien avec le sensoriel dans la littérature sur les relations aux objets, comme nous verrons en chapitre 3,5,5, sont surtout liés à la notion de plaisir. Il est généralement question de ce qui concerne les expériences fortement marquées comme hédoniques. Ces déterminants se trouvent surtout dans les études liées au design émotionnel ou à la durabilité émotionnelle.

Selon les résultats des expérimentations, il semble important de différencier ce qui relève des expériences globales personnelles de plaisir et ce qui tient des instances à plus petite échelle, en proximité et en se référant directement à des qualités de l'objet. La notion d'intersections semble évoquer le niveau d'interaction qui nous concerne ici. (Odom & Wakkary, 2015)

> *people's ongoing incremental encounters with a design artifact in which a modification or transformation may or may not occur. While interaction often involves direct manipulation of an artifact, intersections can range from experiences of being mindful of the artifact, to subtle uses of the artifact that may be only briefly noticed (or go unnoticed)*

Malgré le peu de présence dans la littérature de référence, ce composant est le mieux représenté parmi les sept identifiés sur les trois expérimentations **EX1, EX3** & **EX7**.

Il est noté en chapitre 3,4 que les objets choisis pour des relations pérennes à commenter en **EX1** étaient en majorité portés lors de leur utilisation et avaient en majorité un rapport avec la main et le corps. Il est possible que le type d'objets choisis explique, au moins en partie, la forte présence dans les commentaires des composants en lien avec la main, le corps et le toucher. En

même temps, ce choix de départ peut renforcer l'idée de l'importance de ces composants dans une relation pérenne.

Le tableau 3,14. rassemble les points en lien avec ce composant trouvés dans les récits **EX7**. Les points, ici, recouvrent les différents thèmes remarqués dans le codage des résultats en **EX1** et permettent de dégager 6 thèmes qui sont détaillés ci-dessous.

1) a kind of companion, 2) living with,	1) **transportable**, compact, 2) transportable, 3) carryable/ holdable,	1) **mouth/teeth contact,** 2) body contact, 3) head contact, 4) **hand relation, 5)** high level of **tactile contact, 6) same body parts** (head and arm/hand), 7) **hand/ wrist related objects**
1) always "feel" on/around me, physical presence, 2) carried with me, 3) easy to carry with me, 4)always with me, 5) **with me all the time**, 6) both worn,	1) compact, hand size, 2) small/stick-like, 3)small/ compact, 4) stick like forms, small/compact,visually similar, 5) *miss-sized*,*	1)**softness in touch**, 2) **nice to touch** (very soft toy, and ergonomic "seamless" handle), 3)ergonomic,
1) **multiple interactions,** 2)movements, 3) actions (care, putting on and wearing), 4) manipulations, details (touched), 5) some manipulation*, 6)manipulation,*, 7) manipulating, 8) **touch/manipulate every day**,	1) **moving mechanisms,** 2) open/close, 3) movement, 4) **gesture, 5) gesture**,	1) **soft plastic*, flexible/soft parts, 2) material/texture comments,** 3) fabric details 4) plastic,

***main coherence point,** other coherence points

Tableau 3,14. *Composant "feeling on me"; points de cohérence indirectes relevés, Ex7*

Proximité ressenti sur le corps, l'objet porté

Un premier thème est la présence de l'objet ressentie par le corps. La présence et l'absence de l'objet, tout comme les qualités de l'objet sont décrits en tant que ressentis (*feelings*) sur soi, une présence avec une proximité physique. Le petit texte de ***K.*** dans l'**EX8**[793] sur un objet insignifiant apprécié illustre ce thème:

> "Je te cherche souvent parce que, inconsciemment je t'amène partout et parfois je ne sais pas où je te pose. Tu voyages avec moi, dans mon sac, dans mon cartable. Tu partages les activités essentielles de ma vie…Tu es mon prolongement, non seulement de ma main, mes encore de mes pensées. Je te serre dans mes doigts, je me crispe sur toi…"

Un autre stylo est commenté[794] un peu de la même manière: "Il est toujours avec moi, sur moi. Je n'ai pas besoin d'écrire mais il faut qu'il soit près de moi." Mais l'objet peut aussi être

[793] l'exercice demandait un récit qui s'adresse à l'objet, un principe utilisé dans les "Love letters/Breakup letters", une méthode de recherche en UX design imaginé par l'agence Smart.

[794] Ex1, homme,52 ans, stylo possédé depuis 12 ans

beaucoup moins précieux, comme par exemple une gomme[795] commentée “parce qu’elle n’a plus de forme, qu’elle est toujours dans mes poches, qu’elle est sale et qu’elle fonctionne toujours”. L’objet a une présence physique, tactile et une proximité. Parmi les raisons listées pour une vieille paire de bottes en caoutchouc[796]; “elles sont confortables et solides; elles sont idéales pour la ferme, elles sont à ma pointure, elles sont mi-hautes et très légères”. L’objet et ses qualités, même très simples, sont ressentis sur soi, à priori à travers des actions. La relation est décrite à partir de la sensation de porter l’objet, qu’il soit vêtement, sac, stylo ou autre chose.

Présence du corps dans la relation avec l’objet

Un thème très proche du précédent est le ressenti de l’objet par tout le corps ou une partie du corps où le corps/partie est nommé dans le récit. Un inventaire (**EX3**) d’étudiant contient deux commentaires qui illustrent ce thème; “j’adore la sensation d’avoir un bonnet sur la tête” (bonnet en laine) et “toujours obligé d’avoir de la musique dans les oreilles” (oreillettes pour smartphone). La relation est au moins en partie un ressenti, à la fois de l’objet mais aussi de la partie du corps impliquée. Dans un autre inventaire (**EX3**) il y a un bracelet “*always on my arm*”, et une écharpe “*comfy, colourful, often around my neck*”. L’objet et la partie du corps en son contact sont tous les deux présents dans l’identification du ressenti.

Toucher spécifique, remarqué, douceur

Dans les schémas générés par des groupes d’étudiants pour l’**EX2**, un des groupes a proposé un schéma ultra simple pour la création d’objets à relations pérennes, en forme de raccourci comique graphique[797]:

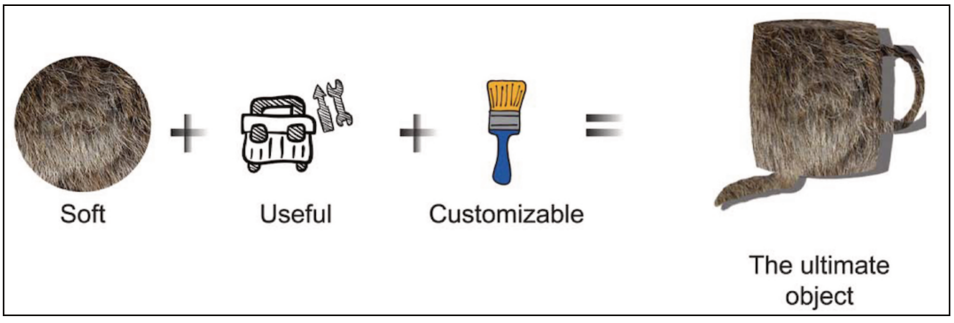


Figure 3,2. *Schéma en forme d’équation pour création objets à relations pérennes*

[795] Ex3, inventaire d’objets du quotidien auquel on tient, étudiante en première année d’études de design

[796] Ex1, homme, 58 ans, des très vieilles bottes de pompier (volontaire) qui ont appartenu à son père

[797] étudiants: Z.Bonnardot, M.Gatefossey, G.Hoguet, université de Nimes, 2014

Malgré l'effet comique, cette illustration garde toutefois une certaine pertinence. Un des thèmes que nous avons classifiés dans ce composant relève de différents types de commentaires autour des touchers doux. Il s'agit d'une certaine conscience d'une matière, d'un "petit" plaisir. Il n'est, bien sûr, pas forcément question de la douceur des poils comme dans l'illustration, mais peut aussi être le cas. Un inventaire (**EX3**) mentionne un autre cas:

> *"My fluffy socks, I love these socks, they are so sweet and comfortable for winter. My blanket, like my socks, soft and pleasant to the touch, it looks like the skin of a bear".*

Pour illustrer une autre forme de douceur, parmi les raisons d'attachement listées pour une vieille 'louche en bois'[798] utilisée pour les confitures, nous trouvons: "agréable à utiliser, douce au toucher, ne raye pas ma bassine en cuivre…" Ces critères ne sont pas les premiers dans la hiérarchie donnée par le propriétaire. Nous retrouvons le cas dans le plupart des autres listes de raisons d'attachement. Le "cuir, agréable au toucher" d'un cartable[799] se trouve à peu près au milieu de la hiérarchie des raisons. Pour un vanity-case[800], les qualités de surface mentionnées "*I like these two textures, one bright and cold and the other soft and warm*" sont en bas de sa hiérarchie. Pour la louche et pour le vanity-case la douceur est en rapport non seulement avec le toucher mais aussi avec les autres objets en contact: la bassine pour la louche et les objets rangés dans le vanity-case qui profitent aussi de cette douceur.

Une note sur une illustration donne une autre information sur la qualité de douceur en termes de souplesse. Une trousse en cuir est contrastée avec une tasse déjà abimée "elle est souple et ne peut pas se briser". La douceur est peut-être aussi associée à une forme de résistance ou durabilité des matériaux. Dans les raisons liées à un pouf 'Fatboy', le tissu est décrit comme agréable au toucher et le propriétaire commente également sa robustesse [du tissu] n'ayant plus à se soucier "qu'il pourrait le casser en l'utilisant".

Dans plusieurs récits sur des objets contrastés (Ex7), la douceur du toucher est un point en commun entre les deux objets: entre, par exemple la poignée de couteau de cuisine très ronde et lisse et le tissu très doux d'un vieux doudou en forme de lapin, ou le "plastique mou des oreillettes" d'écouteurs et "le caoutchouc agréable à toucher" qui recouvre une enceinte portable, ou encore "la douceur tactile des poings" d'un doudou et "la texture douce, légère et crémeuse" d'un rouge à lèvres. Chaque fois dans ces récits, les commentaires sur la douceur ou le toucher

---

[798] Ex1, femme 53 ans, louche en bois de plus de 40ans, donné par sa grand-mère

[799] Ex1, homme, 53 ans, cartable possédé depuis plus de 4 ans

[800] Ex1, femme, 19 ans, vanity case possédé depuis 7 ans

agréable sont associés à des commentaires qui mentionnent la nature des matériaux, et les détails et zones d'une surface. Les commentaires sur le toucher semblent indiquer une forme de connaissance plus matérielle des objets.

Ce point permet aussi de remarquer la pauvreté du vocabulaire et des expressions linguistiques pour décrire les sensations, surtout à un petit niveau, autour du toucher et des qualités de surface constaté en termes tactiles.

Compacte, légère

Un autre thème qui résulte des actions de toucher et de porter l'objet est la taille juste, la légèreté, la compacité. Ce sont des qualités qui sont ressenties, quantifiées et validées par le corps en action. Certains commentaires indiquent des constatations d'écarts avec la bonne dimension, le bon poids qui semblent parfois être des formes de petites surprises ou d'incohérences mais à une échelle plus modeste que celle évoquée dans d'autres études (Ludden et al. 2008[801], Grimaldi, 2017[802]). Dans un récit, (**EX7**) deux objets choisis ensemble (dans l'exercice sur des qualités contrastées) illustrent des tailles constatées, vécues et un peu incongrues. Les deux objets fonctionnent comme porte-monnaie "une mini porte-monnaie qui fait porte-clefs…particularité il ne peut contenir que les pièces, taille: très petite, matière: caoutchouc" et "un peluche…lapin et qui me sert de porte-monnaie grâce à la poche en dessous. Taille: assez grande, matière peluche poilu". Dans un inventaire (**EX3**) une trousse "Disco" est "certes un peu ridicule mais j'y tiens beaucoup, elle est grande et contient beaucoup de choses". Une trousse de toilette choisie dans un autre inventaire (**EX3**) "*My toilet bag. I don't find it pretty but I keep it because I feel it gets bigger every time I need to add something to it*". Il est beaucoup question de contenants, comme les exemples ci-dessus et d'autres (**EX1**): "bon format pour mettre l'essentiel" (sac à main), "de bonne taille ni trop grand ni trop petit" (sac de voyages). Mais, comme ces deux exemples, il est aussi question de la taille adaptée à soi. Une théière "avec la capacité adaptée pour moi", une porte clef "*big but not too big, perfect size, useful for finding…*"

Enfin, beaucoup de récits soulignent la compacité, une petite taille et la légèreté, qu'il s'agisse de lunettes de natation, de stylo bille: "*light, good size not too big, likes to have it in her hand*",

---

[801] Geke Ludden, Henrick Schifferstein, & Paul Hekkert, Surprise as a design strategy. *Design Issues*, *24*(2), 28-38. (2008).

[802] Silvia Grimaldi, Surprising Longevity. in Chapman, J. ed. *The Routledge Handbook of Sustainable Product Design*. Routledge,, 2017

ou de couteau suisse: "*very small (6cm long!) and not too heavy*" ou de pinces à épiler: "*small, easy to fit in every bag, take it with me everywhere*".

Mouvement, l'ensemble du corps, actions

Les ressentis des objets dans les relations à travers le toucher et les actions sont déjà évoqués ci-dessus. Ils peuvent aussi se placer dans le corps et dans l'action, comme façon d'évaluer l'objet. Deux récits dans les inventaires évoquent des actions en lien avec de tout petits objets, sans évoquer l'objet même. Pour des élastiques à cheveux "*everyday my cat takes my elastics so this object is precious for me*" et pour des 'bobby pins' (épingles à cheveux) dans un autre inventaire, "*they fall all the time, and I pick them up off the floor, don't want to lose them*". Dans ce deuxième extrait, les actions du corps sont décrites en lien avec cet objet. Dans le premier, il semble probable qu'il y ait également des gestes pour cacher et chercher l'objet.

Dans un récit (**EX1**), la propriétaire d'un wok explique "Elle est incurvée de telle façon que les aliments glissent dans le wok avec un coup de main seulement. Pas besoin de cuillères ou d'ustensiles, on peut tout faire avec un coup de poignet". La qualité de l'objet est beaucoup liée à un geste, appuyée deux fois. Il y a aussi l'exemple de la carafe dans l'incipit en début de chapitre 3.5, dont la propriétaire se sert pour arroser les plantes mentionnant les nombreux allers-retours qu'elle en fait.

Manipulation, actions à plus petite échelle

Ces actions décrites dans la relation avec l'objet sont aussi à une plus petite échelle et concernent les manipulations et les mouvements des mains. Un petit réveil Braun récupéré à l'enfance dans les affaires du père (**EX7**) est apprécié pour "sa prise en main … extrêmement satisfaisante" et des petites actions de l'interface rentrent aussi dans une description d'un objet que "j'ai, depuis, toujours gardé avec moi"[803].

Il y a aussi plusieurs petites manipulations, intersections et rapports tactiles dans le récit de ***R.*** (**EX8**) sur un couteau de cuisine, choisi comme objet "insignifiant" à commenter:

> "Ta lame est assez fine et plate et je m'applique à maintenir ton tranchant bien affuté sur la pierre à aiguiser. Comme ta lame est large, il devient presque impossible de se couper les doigts en coupant les légumes: on se sert de l'index de la main gauche pour guider ta lame et on ne peut jamais le blesser à cause de cette grande largeur: on peut donc débiter les légumes en tranches très minces et très rapidement sans même regarder (ce qui est très pratique pour les oignons.)"

[803] Le réveil, malgré son âge, possède aussi une fonction de contrôle par la voix, qui en fait une relation pluri-sensoriel.

Il y a aussi l'idée de petites actions presque inutiles (*fiddling* en anglais) - les manipulations autour d'un cahier se fermant avec un élastique, ou un miroir portable "*small, can handle, fun to play with*".

Conclusion

Ce composant est celui qui trouve le moins d'écho direct dans la littérature probablement, en partie, pour des raisons remarquées par Fenko et al. (2009, p10). Les différentes modalités sensorielles ont différents niveaux de conscience et les catégories linguistiques pour exprimer des différents sens ne sont pas toutes aussi développées[804]. Nos études semblent montrer une implication importante du toucher et de la proprioception dans les relations plus pérennes identifiés par nos cohortes. Ceci est exprimé moins par des commentaires directs que par de nombreuses références à des actions, des interactions et une certaine proximité. Comme les exemples dans la littérature donnés en début de chapitre, la multi-sensorialité est également présente. Dans nos études, il semble que c'est surtout le toucher et la proprioception (dans ces deux cas la notion de mouvement), qui sont importants. Comme mentionné plus haut, ces raisons de relations plus pérennes en lien avec le ressenti arrivent souvent en fin de récit ou en fin de liste. Elles sont néanmoins présentes et nombreuses. Ces raisons ne sont pas celles qui viennent en premier lieu en tête ni celles qui sont commentées avec la plus de facilité. Nous pouvons conclure ce thème avec les cinq dernières raisons dans l'ordre de conversation, sur onze, données pour un mazagran (à café):

il fait la bonne taille pour le café
elle a l'impression que le café est meilleur dedans
exactement celui qui convient pour l'usage
il tient le café plus au chaud qu'une tasse car il est en faïence et épais
il est tout en hauteur mais est quand même stable

Nous y trouvons l'adaptation à soi, une conscience du matériau, une taille et un poids constatés, ainsi que l'implication d'autres sens (gustatives, perception de chaleur).

[804] Pour Fenko et al. la vision et le toucher sont plus facilement exprimés que les sensations olfactifs par exemple. Dans nos études il semble que le toucher aussi ne possède pas un éventail ou habitude d'expressions très riche.

3.5.3 Temps et durabilité (*keeping/noticing time*)

"…on a un couteau, c'est un couteau qui vient du grand-père… qui avait un restaurant. C'est un couteau de boucher, qui coupe très, très bien, mais qui est assez vieux et qui traine toujours dans la cuisine. Alors des fois je me dis que, en plus, comme il est grand, il pourrait paraître dangereux. Et en fait, le problème c'est qu'il est en …je ne sais pas quel matériaux c'est. Je pense que c'est le fer, et donc il rouille, et si jamais on le laisse, si jamais on le lave, et ça m'arrive très souvent, et qu'on le laisse à égoutter, enfaite on le retrouve, il suffit de dix minutes…il est tout taché…donc du coup on le lave et on s'en sert pour couper le pain, les choses comme ça, mais du coup on ne le remet pas dans le pot, puisqu'on ne nettoie pas, donc il traine à droite et à gauche…voilà…c'est un couteau qu'on trouve partout parce-qu'on ne peut pas le laver et, enfin facilement et enfaite ce n'est rien du tout mais, voilà…"

Cet extrait vient d'une des visites virtuelles **EX5**, au moment où ***M.*** se remémore à distance les choses qui se trouvent dans sa cuisine. Il y a clairement des aspects dans ce récit qui font écho à ce qui est déjà évoqué dans les deux chapitres précédents: l'utilité, les utilisations très régulières, l'objet qui rentrent dans les rituels quotidiens et aussi l'objet entouré d'un ensemble de gestes et d'actions, y compris de soin (*care*). Mais, au-delà de ces thèmes qui rentrent dans nos deux premiers composants, il y a la conscience de l'âge de l'objet, beaucoup de commentaires autour de sa matière et même des signes de vieillissement. Il y a aussi une forme de présence de l'objet, qui n'est pas complètement positive, ou en tout cas est un peu ambivalente.

Le tableau 3,15. rassemble certaines évocations autour de ce composant qui est mieux représenté que les deux précédents dans la littérature. Nous le retrouvons dans les études plus récentes qui traitent plus directement la question de temporalité et de durabilité dans les relations au-delà de l'attachement émotionnel.

La notion de temps peut se diviser, comme le fait Maclachlan (2011)[805], entre longévité et souvenirs. Odom et al. (2009) divisent aussi ce thème en deux parties, *Histories* et *Perceived Durability,* ce qui est plus en accord avec nos composants, ou *Histories* est plus proche de notre composant souvenirs et symboles. Il faut néanmoins

[805] Mary Maclachlan, Emotional Design strategies to enhance user experience and encourage product attachment, thèse doctorale, soutenu à Glasgow Caledonian University, 2011

Csiks &R.H, 1981	Chapman, 2005	Odom et al 2009	Maclachlan 2011	Haines-Gadd et al, 2017	Green, 2018
Past **meaning**	Ageing Gracefully **emotional durability toolbox**	Perceived Durability **(relationship clusters)**	Time **(emotional design theme)**	Materiality, Evolve & Integrity **(emotional durability themes)**	Time, durability **(longer relation component)**
"Had it for a long time" - the object is special because it has been owned/ around for such a long time	Growing Old Gracefully, ageing material surfaces showing signs of (user's) life, marks of ageing as signs of integrity (p128 - 136)	The extent to which an object's owner regards an object as long-lasting either in terms of function or in terms of longevity or both	Longevity (+ Memories), **Longevity** strategies; give opportunity for product and user to develop together, use materials perceived to improve with time and use	**Integrity**: Durability, Reliability & Longevity, Honesty, Authenticity &Transparency, Mindfulness & Reflection and points from **Materiality:** objects that can mature, Wabi Sabi & **Evolve**: Multiple Product Lifetimes, Transformation,	very old, time owned, reliable/ resistant quality, evolution and projection, material ageing, marks of use

Tableau 3,15 *Déterminants et thèmes autour de la temporalité/durabilité (keeping/noticing time)*

noter que leur '*relationship cluster*' *Histories* évoque non seulement la capacité de l'objet à préserver des histoires et des souvenirs personnels mais encore sa capacité à montrer explicitement des signes physiques d'utilisation. Ceci témoigne de leur approche de créer des thèmes composites plutôt que des thèmes séparées. Cela montre aussi que les limites entre composants ne sont pas nettes et connaissent plutôt des zones de chevauchement.

La question des "*product lifetimes*" fait partie des études qui existent autour des questions de la longévité des relations avec les objets. Ball & Tasaki (1992) ont établi cinq étapes (*stages of ownership*) dans la relation avec un objet; *pre-acquisition, early ownership, mature ownership, pre-disposal et post-disposal.* Ces étapes peuvent définir des contextes d'expérience, comme le fait Gulden (2011). Gulden élargit toutefois phase d'acquisition en deux contextes (pré-POP et POP[806]) puis divise la vie avec l'objet en trois: la phase "*product*", en lien avec l'apparence de l'objet, la phase "*use*" en lien avec les actions et habitudes autour de l'objet, et la phase "*late use/planning replacement/post use*". Cette dernière phase rejoint les considérations de Haines-Gadd et al. (2017) autour des "*Multiple Product Lifetimes*" et les strategies de design pour imaginer que l'objet peut avoir plusieurs utilisateurs où la fin d'une relation est potentiellement une phase de réflexion menant à d'autres vies possibles. Notre recherche ne se positionne pas par rapport aux cadres de *product lifetime* mais la plupart des récits collectés concernent clairement

[806] POP = point of purchase

la phase (Ball&Tasaki, 1992) de "*mature ownership*" ou la phase "*use*" (Gulden, 2011). Seulement l'**EX6** traite directement les secondes vies des objets et ne peut pas être comparé directement avec les autres expérimentations qui ont, comme point de départ, des produits jetables.[807]

Le recyclage et la seconde vie des objets fait partie d'une des "clusters" de Odom et al. L'*augmentation* concernerait la réutilisation, la modification, l'augmentation d'un objet et implique en termes de relation une fierté dans sa propre créativité, ses capacités, et aussi une interaction physique approfondie avec l'objet. Dans nos recherches, **EX8**, ***R.*** commente: "je suis le plus attaché aux objets dont il me semble prolonger la vie" (un étui d'occasion récupéré, une platine à disques réparée…). L'utilisation du mot "vie" semble montrer une prise de conscience d'une dimension temporelle propre à l'objet. L'autre point qui rejoint Odom et al. est l'implication personnelle dans la prolongation de cette vie. Un troisième point en lien avec le prolongement des vies des objets sort de trois réponses à une question dans l'**EX8** sur un objet "recyclé ou détourné"[808]. Dans les commentaires des trois participants ayant répondu à cette question, il y a non seulement une implication physique et une action pour pérenniser l'objet mais aussi ce qui semble être une prise de conscience accrue des matériaux de l'objet, leurs qualités, leurs défauts et leurs spécificités.

La notion de temporalité en rapport avec un objet est, de toute façon, multiple. La question de la ou les durées de vies d'un produit concerne à la fois la vie de l'objet, la vie avec l'objet, la vie et la durabilité de ses composants et implique aussi une conscience de ses matériaux. La temporalité en lien avec un produit concerne aussi le temps court et le temps passé au quotidien. En introduction à un article sur les questions de soin porté aux objets (Gwilt et al. 2015), les auteurs commentent le temps limité dans les vies contemporaines pour s'occuper des objets et, ainsi, prolonger leurs vies. Ce point est aussi mentionné par Ackermann et al (2017) dans une étude sur les attitudes envers le soin (care) des objets. Certains de leurs participants commentaient qu'ils n'avaient pas le temps de prendre soin des produits. Ces notions de temps de contact et de temps de soin (care) rentrent plutôt dans les deux chapitres précédents, (s'agissant de commentaires des participants signalant des actions au quotidien envers leurs produits). Au même temps, ces actions au quotidien font partie de l'accumulation, d'intersections

---

[807] Le but de cette expérimentation était de tenter d'avoir un regard en accéléré sur une relation avec un objet, et aussi de viser des objets à priori sans valeur. Les résultats sont détaillés dans l'annexe, mais ce sujet mériterait certainement un development de protocol de recherche plus abouti.

[808] Une question optionnelle à la fin des Probes, pour faire une petite texte descriptive d'un objet recyclé ou détourné particulièrement apprécié, si la personne en avait dans leur liste des objets touchés. Voir annexe pour plus de détails.

et d'habituations avec un produit. Elles ont, très probablement, une incidence importante dans la durée de la relation et elles démontrent, en tout cas, une conscience des besoins spécifiques du produit en question.

Ce chapitre-ci concerne plutôt les notions de durée, de longévité et de temporalité exprimées dans les récits et donc des points en lien avec le temps qui sont appréciés dans le sens d'être (re)marqués positivement. Il est ainsi question ici du temps long constaté et commenté dans les relations.

La durée de vie d'un produit n'est pas facile à établir pour le consommateur (Gwilt et al. 2015) et selon ces auteurs, sa focalisation serait probablement plus sur la fonction et la fiabilité que sur la durabilité. Les réponses des participants (**EX8**) autour de la question de garder (*keep*) les produits semblent illustrer un aspect de cette manque de focalisation sur la durée. Après avoir établi une liste de l'ensemble des objets touchés en une journée, chaque participante dans l'étude devait noter les objets qu'elle pensait "garder et continuer à utiliser". Le pourcentage d'objets notés à garder varie beaucoup, avec une moyenne de 21,8% des objets touchés de la journée et seulement 8% des objets dans le cas d'une des participantes. Le commentaire de cette participante éclaire peut-être son choix. "Peu d'objets du quotidien auquel je suis attachée, ils sont là par nécessité. Pas de choses à jeter (je suis finalement très conservatrice)". D'une certaine manière cela suggère que les objets sont ni à jeter, ni à garder, ils sont simplement là, leur durabilité n'a pas de statut. Il est à noter aussi que dans la même étude (**EX8**) les objets annotés comme "appréciés" n'étaient pas toujours ceux notés comme "à garder", ce qui renforce encore l'idée que "garder" et le fait de réfléchir à l'utilisation continue d'un objet n'est pas forcement habituel ou valorisé.

Pour faire suite à ces observations, il faut noter que la catégorie de type de relation / *relationship cluster* proposée par Odom et al. est la durabilité perçue: la mesure dans laquelle le propriétaire de l'objet considère l'objet comme pérenne. Le fait d'être conscient de l'objet, de la relation et de leurs durées est aussi présent dans l'explication qui accompagne le thème d'*Integrity* de Haines-Gadd et al. (2017). "*Mindfulness and Reflection: Slow things down, reveal spaces often forgotten or over-looked to promote meaningful experiences and mindful living*."[809] Il est question d'une prise de conscience et également le temps qu'elle nécessite.

---

[809] *Mindful living* et *Mindfulness* viennent de l'état d'être conscient (aware) de quelque chose; https://en.oxforddictionaries.com/definition/mindfulness, mais aussi fait partie d'un courant de la psychologie positive, ou "*Mindfulness means maintaining a moment-by-moment awareness of our thoughts, feelings, bodily sensations, and surrounding environment, through a gentle, nurturing lens.*" https://greatergood.berkeley.edu/topic/mindfulness/definition

L'âge des cohortes a une incidence sur la présence du composant du temps, avec des résultats qui montrent que ce composant est moins présent en **EX3** et **EX7** (cohorte d'étudiants, moyenne d'âge 21 ans). Dans le cas d'une cohorte jeune, les relations avec les objets sont probablement, pour la plupart, plus courtes. Les points relevés **EX7**, Table 3,16. donnent, toutefois, de l'importance à ce thème par rapport aux résultats sur une cohorte plus diversifiée (**EX1**). Mais ce qui est surtout présent ici est la notion de durabilité et de qualité perçue projetées.

Une analyse longitudinal "*cross-sectional*"[810] sur un échantillon de réponses en **EX1** montre que les références aux matériaux des objets apparaissent à partir de quatre ans, avec très peu de commentaires avant 4 ans d'utilisation. Les notions de qualité, de résistance générale semblent aussi devenir plus "visibles" avec le temps. Les points qui concernent la perception d'une qualité (supposée) résistante plus globale sont présents plus tôt dans les relations que la conscience d'une matérialité spécifique. Ceci rejoint le constat des résultats de l'**EX7** , illustré dans le tableau 3,16.

1)aim to keep a long time,	1)use over time,	1)marks of use**, 2 damage/marks of use,**
1)**timeless ("indémodable")**	1)owned a long time, 2)owned a long time,	1)**seems durable,** 2) material quality/reliability/ sensation*, **3) object durability (will keep for a long time), 4)** seems lasting*, 5) **durability**, 6) **resistant materials, 7)**object quality

***main coherence point,** other coherence points

Tableau 3,16. *Composant "temps/durabilité"; points de cohérence indirectes relevés, Ex7*

Des objets très vieux

Les objets dans les expérimentations sont, avant tout, des objets du quotidien. De ce fait, il n'y a pas beaucoup de très vieux objets. Sur les 282 réponses issues de l' **EX1**, seulement 32 concernent des objets de 20 ans ou plus. Aussi, s'agissant d'objets et surtout d'outils du quotidien, le fait d'être vieux n'est pas forcement une qualité à reconnaître. Il y a néanmoins un certain nombre de références au fait qu'un objet est très vieux en tant que raison pour l'attachement. Les propriétaires d'une paire de bottes en caoutchouc et une cuillère en bois de cuisine ont choisi l'âge de l'objet (plus de 40 ans dans les deux cas) comme raisons importantes

[810] à partir des résultats selon le temps de possession, pour un cohort âgé de 40 à 60 ans. Il s'agit d'un cohort homogène, dont le point variable est le temps de possession de l'objet commenté. Approche "*cross-sectional*", Karapanos, Martens & Hassenzahl, (2010) Voir table en annexe, Ex 1; Everyday Things we Care About

quand elles donnent une hiérarchie à leur liste. La propriétaire d'un wok, aussi, note l'âge de l'objet (10 ans) mais, dans ce cas, il s'agit d'une attente pour ce type d'objet, ou peut-être même une justification pour l'acte de l'avoir gardé: "il est encore en bon état, les woks se conservent souvent des années". Il est aussi question dans d'autres réponses des objets qui ont résisté plus longtemps qu'attendu, comme un sèche-cheveux: "je l'ai depuis longtemps (3 ans) et il marche toujours aussi bien".

Temps de possession/relation

L'âge de l'objet, en ce qui concerne les objets du quotidien, est beaucoup plus exprimé en termes de temps de relation. Une guitare dans les inventaires (**EX3**) est "*my partner for many years*". Egalement dans les inventaires, il y a un chapeau en laine "4 bosses Canadien que j'ai depuis 7 ans", ou un pull "depuis 10 ans", avec peut-être encore l'idée d'objets qui ont surpassé la durée de vie habituelle.

Il est, évidemment souvent question d'une longue relation et d'un symbole de la vie du propriétaire: pour un stylo possédé depuis 12 ans "j'y suis attaché car il a partagé une bonne partie de ma vie", pour une boîte à outils "à moi depuis 30 ans, achetée pendant mon apprentissage, donc travaillant avec pendant toute ma vie professionnelle".

Si le temps de la relation est présent comme raison d'attachement, il n'est pas très haut placé dans la hiérarchie d'importance. Pour le mazagran évoqué dans le chapitre précédent, "ça fait très longtemps…ne sait plus quand" mais cela ne fait pas partie des raisons fortes, marquées dans un deuxième temps. Le propriétaire d'un archet de haut niveau mentionne un "*link because of the age of the relation*" mais cette raison se trouve derrière la performance, l'apparence, la manipulation, le contexte d'achat…

Pérennité perçue de l'objet

La pérennité perçue (Odom et al, 2008) opère à différents niveaux, comme indiqué ci-dessus. Il y a des objets jugés comme capables de durer en termes de qualité des matériaux. Nous pourrions aussi parler d'objets "indémodables" ou "timeless" mais cette catégorie est très peu présente dans les commentaires de nos études. Il y a finalement des objets qui ont prouvé leur capacité à durer. Un casque audio est décrit de la manière suivante[811]:

[811] Ex7, contrastes, étudiant en première année d'études de design

> "Je l'ai depuis 3 ans et c'est un produit durable et indémodable. Le dessus du casque est recouvert de cuir ce qui lui donne un style vintage. De plus il résiste bien les chocs…je m'en sers tous les jours depuis 3 ans. J'aime ce casque parce que c'est un des seuls casques avec des matériaux de qualité comme le cuir ou l'aluminium…"

La pérennité perçue ici est aussi une attention aux matériaux et, a priori, une résistance déjà en partie prouvée, comme pour une enceinte portable (**EX1**):

> "j'utilise tout le temps (douche, dans ma chambre, avec mes amis à l'école ou chez moi, en vacances) je l'amène toujours avec moi et la batterie dure longtemps. Elle est résistante donc je peux la mettre dans mon sac, dans ma valise même dans ma poche de manteau des fois"

Le propriétaire de l'enceinte mentionne aussi le métal qui recouvre l'enceinte, qui est gage de résistance à ses yeux. Idéalement, il mettrait "une autre matière que le métal car il est souvent froid et cela permettrait, peut-être, qu'il n'y ait pas de coup ou de rayures dessus parce qu'elle tombe souvent…"

Il est souvent question d'objets qui ont prouvé leur résistance, comme un sécateur "plus performant que les nouveaux sécateurs d'aujourd'hui" dont la propriétaire a fait de "tentatives de renouvellement mais [elle] est toujours revenue sur ce sécateur." Ou encore un sèche-cheveux qui est "très résistant vu le nombre de fois où il tombe par terre" ou un couteau suisse "*still as good as when I first had it*".

La perception de la qualité des matériaux est aussi très présente dans les exemples (**EX6**) d'objets jetables. La moitié des objets gardés le sont, au moins en partie, pour des qualités matérielles constatées, comme par exemple une brosse à dents; "grande durée de vie, solide, flexible, densité des poils élevée utile pour laver bijoux, possibilité de réutilisation en fin de vie comme brosse à jantes de voiture".

Les aspects de durabilité potentiels sont avant tout exprimés en termes de qualité; "belle qualité, une matière qui va durer longtemps" (sac à main), solidité; "il est solide et j'ai confiance dans cette solidité, il ne paraît pas trop fragile" (sac de voyage), et résistance; "*high quality, resistant and long-lasting*" (lunettes de natation).

Des marques d'âge, de vieillissement, d'usage

Chapman (2005, citant Van Hinte, p77) propose que "*imperfections can be endearing and help to create a bond with the user*". Il y a l'idée de l'imperfection qui devient une qualité, d'où

la référence au *Wabi sabi*[812] dans le thème *Materiality* de Haines-Gadd et al. Il y a effectivement beaucoup de commentaires dans les récits sur des marques d'âge, d'usure, de patine et de vieillissement. Zijlema et al. (2017)[813] identifient cinq formes de traces différentes qui peuvent être présent sur les objets: d'utilisation, de vieillissement, de réparations, d'accidents et d'altérations. Ces cinq formes correspondent bien à des différents commentaires en lien avec ce thème dans nos études, étant toutes présentes.

Il est possible que la conscience de certaines de ces traces ont été stimulée par les questions, tout comme le fait de demander aux participants de considérer et de (re)regarder des objets. Pour une porte-feuille:

> "*It's lasted a long time. I like the way it's worn at the corners*"

mais aussi;

> *"it was with me when [self and family] were capsized on the river Wye, caused by a low flying swan - and it hasn't been quite the same again…"*

Comme pour la notion de durée de vie de la relation avec l'objet, les marques d'usure peuvent aussi avoir un rôle de déclencheur d'histoires pour le propriétaire. Les traces et marques semblent également être des éléments qui donnent un peu plus d'identité ou de personnalité à l'objet. Une tasse décrite dans les contrastes (**EX7**) a des motifs peints à la main, une coloration à la théine "comme je n'ai pas de lave-vaisselle", et une fissure car "je l'ai cassée en l'emmenant en vacances avec moi. Elle est costaud, elle ne cassera jamais, JAMAIS".

G. et ***M.*** (**EX5**) décrivent toutes les deux des cocottes-minute qui ont été abimées par des petits accidents mais qui semblent encore très appréciées. Dans un cas, les marques de l'accident restent, comme témoignage. Dans l'autre cas les propriétaires ont dû rechercher et remplacer des pièces. Ces différentes actions ne semblent pas entamer l'attachement à ces objets, bien au contraire. Ceci représente peut être une forme d'investissement de temps et une implication plus matérielle dans les objets.

---

[812] Le Wabi Sabi serait: "*Objects that elicit a sense of quiet melancholy and longing could be defined as wabi-sabi, such as wood that gains a mellow patina over time, falling autumn leaves, or a chipped vase*". source: https://blog.oxforddictionaries.com/2016/11/03/untranslatable-japanese-words/ (accédé 28,07,18)

[813] Zijlema A., Van den Hoven E. & Eggen B. Preserving objects, preserving memories: repair professionals and object owners on the relation between memories and traces on personal possessions, In Plate, 2017 , Conference Proceedings, p 453 - 457

L'évolution et projection

Des réparations et des marques laissées sur des objets font que les propriétaires constatent une évolution dans leurs possessions. Qu'il s'agisse d'une évolution déjà constatée, ou d'une projection sur l'aspect futur de l'objet, cette thématique montre une attention portée à l'objet en tant que matériel physique en évolution.

Un cahier de notes qui contient des idées de paroles et chansons "*has become quite worn over the past few years and I like the idea of how it may look when it's full*". Dans un autre exemple, la propriétaire d'un tabouret Tamtam[814] (**EX1**) a dû rassembler deux tabourets pour remplacer une pièce cassée. Cette action lui a permis de changer en partie les couleurs de son tabouret et lui donner une nouvelle identité qu'elle préfère à l'ancienne. Elle lui a permis aussi de mieux connaitre l'objet.

Conclusion

Les points les plus forts dans ce composant semblent être une appréciation de la durée de la relation avec l'objet, une perception des matériaux en termes de qualité potentielle (résistance, robustesse, solidité, capacité à durer) ou une perception des matériaux en termes de conscience de la patine, des marques de l'âge, des blessures et une résistance aux épreuves de la vie prouvée. Il est question d'une forme prise de conscience de l'objet en tant que matière qui a déjà duré, et/ou qui a des qualités qui permet de durer. Ce constat semble cohérent avec l'observation de Zijlema et al. (2017, p457) que les traces "*evoked a general awareness of the object's past*".

Comme conclusion provisoire, la conscience des matériaux et une conscience de l'âge vont, a priori, ensemble. En même temps le paradoxe de garder les objets, mentionné en début de chapitre, montre que cette conscience de l'objet en tant que matière n'est pas spécialement répandue. La notion de temps et de durée en lien avec les produits n'est pas non plus vraiment réfléchie ou quantifiée. Le concept d'entremêlements (*entanglements*) (Hodder, 2014) donne une autre explication pour les paradoxes autour du fait de "garder" des objets (voir aussi chapitre 2,7). Le fait de garder des objets peut être vu comme une contrainte et une dépendance. Après l'exercice des inventaires dessinés (**EX3**) un des participants a exprimé ce sentiment en reconsidérant sa sélection en contexte; "*only one of my selection is an irreplaceable object…for most of the objects I'd almost be happy to lose them*". (Voir aussi annexe; Daily Stuff That Matters)

---

[814] Tabouret en plastique, crée en 1968, en forme de sablier, constitué de deux pièces identiques qui s'emboitent, et une sorte de couvercle qui sert d'assise. Il en est vendu plus de 10 millions d'exemplaires.

Le composant de temps et durabilité dans la relation avec un objet est peut-être plus exprimable que les deux composants précédents, mais il est peut-être moins présent dans les relations les plus quotidiennes.

Nos études ne permettent pas d'éclairer la notion de '*timelessness*'; "*designs that are resistant to changes in consumer taste and preferences*"[815].

D'une manière générale, ce composant ne peut pas se définir d'une manière aussi claire que les précédents en termes de verbe d'action (physique ou mentale). Sans qu'il s'agisse d'une relation seulement visuelle, les verbes possibles seront: prendre-conscience-de, constater ou apprécier. Nous retenons finalement un nom de composant qui reflète deux aspects du temps commenté ci-dessus; le temps comme relation/expérience (*keeping time*), et le temps constaté dans des qualités matérielles et changements (*noticing time*).

[815] Haug,A. 2016, Design of Resilient Consumer Products, Design Research Society 50th Anniversary Conference, Brighton

3.5.4 Souvenirs et symboles de soi (*remembering self*)

"… j'avais pensé d'abord à mon presse-agrumes parce-que, donc c'est dans la cuisine … déjà c'est le premier truc qu'on fait en se levant le matin, c'est de presser les oranges pour les filles… on leur fait un jus d'orange, parce-qu'en fait mes parents me faisait un jus d'orange quand j'étais petite… et on en avait un [presse agrumes] je me souviens très bien, il était jaune et il était assorti à la cuisine…que mes parents ont gardé je ne sais pas vingt ans, plus vingt-cinq ans. Celui qu'on a là, il a au moins quinze ans je pense. Voilà, et tous les matins on le sort, on le nettoie, de temps en temps on le met à la machine pour bien nettoyer parce-qu'il y toujours un peu de truc d'orange qui reste accroché. Voilà…"

Cet extrait du tout début de la visite virtuelle de ***G.*** (**EX5**) fonctionne très bien comme récapitulatif des chapitres précédents et introduit plusieurs thèmes dont il est question dans ce chapitre sur le composant *remembering self*. La presse agrumes est le premier objet cité par ***G.*** comme faisant partie d'une relation plus pérenne. Les détails et les raisons dans ce récit ont lien avec les gens, avec l'histoire personnelle, avec l'enfance, avec d'autres produits et d'autres lieux. La relation décrite avec cet objet d'utilisation quotidienne confirme la présence de multiples composants. Les aspects avec l'image de soi, la famille et le souvenir sont ceux qui semblent les plus accessibles, et ceux qui sont les plus évidents à raconter dans le contexte d'un échange à l'oral avec une autre personne.

Le tableau 3,17. rassemble certaines évocations autour de ce composant qui est probablement le mieux représenté dans l'ensemble de la littérature. Il est néanmoins important de noter que les multiples *meanings* issus de l'étude de Csik&RH concernent les objets "chéris" et "spéciaux".

Comme noté dans le chapitre précédent, la notion de "Histories" (Odom et al, 2009) contient des aspects du composant "*remembering self*" et également "*time and durability*". Les auteurs signalent que; "*These heirloom objects were of great importance to our participants; they had implicitly acquired histories as they passed between people through space and time. Nonetheless, the majority of these objects were no longer in frequent everyday use."* mais que certains objets *"had acquired rich histories while still remaining in use—representing exemplars of high strength of attachment resulting from strongly interwoven characteristics of function, symbolism, and material qualities."* Ce composant qui est fait de souvenirs (Mugge, 2009), narratifs (Chapman, 2005), liens sociaux (Haines-Gadd et al, 2017) est, a priori, beaucoup mieux représenté dans les objets d'attachement émotionnel fort. Toutefois, comme le suggèrent Odom

et al., ce composant fait aussi partie des relations durables avec objets utilisés quotidiennement à condition d'être associé avec les qualités fonctionnelles et matérielles.

Csiks &R.H, 1981	Mugge, 2008	Odom et al 2009	Haines-Gadd et al, 2017	Green, 2018
Past, Associations, Personal Values, Self & Family **meanings**	Memories **Product attachment determinants**	Histories **(relationship clusters)**	Narratives **(emotional durability themes)**	Remembering Self **(longer relation component)**
Past; memories in general, specific recollections, heirlooms, place souvenirs, **Associations**; Ethnic, Religious, Gifts, **Personal Values**; Embodying an ideal, Accomplishment, Personification, Self & Family; references to self, kin, friends, role models	reminds a person of people, events or places, maintains a sense of past, maintains one's identity (p28 - 33)	The extent to which the materials of an object preserve personal histories or other memories…	Markers in time, Links to Family and Friends, Nostalgia & Metaphors, Provenance	history/story, "pure" symbol, self expression, self identity, other person, social group, present/gift, event, childhood memory

Tableau 3,17. *Déterminants et thèmes autour des souvenirs et symboles de soi (remembering self)*

Dans les commentaires, ce composant est difficile à éviter. Il apparaît par exemple dans certains récits des probes (**EX8**) même quand la question posée demandait aux participants de choisir un objet à commenter "sans histoires ou sans liens particuliers, hors le fait de l'utiliser régulièrement (à l'opposé d'objets dont une des raisons d'attachement est un lien avec une personne, un lieu, un événement)." Sur cinq participants ayant écrit un récit sur un objet "insignifiant", deux ont quand même choisi un objet avec des liens avec d'autres personnes. Dans l'**EX8** ce composant est également très présent dans les bilans et commentaires faits par les participants sur l'ensemble de l'expérience, comme si cette justification est la plus naturelle dans une relation à un objet. ***H.*** écrit:

> "*Ce que je retiens de cet exercice c'est mon attachement à des objets qui ont non seulement une valeur sentimentale (une personne, un lieu, une époque, une ambiance) mais aussi une valeur humaine et sociale. Tous, ou presque, valorisent le travail de l'homme."*

Le souvenir ou le symbole de soi ou des autres est le type de commentaire le plus "automatique" dans les récits, en général. Finalement, on ne trouve presque jamais ce composant seule. Un des très rares contre-exemples dans nos études est un récit (**EX1**) qui concerne une bague de fiançailles[816], qui, en dehors d'un commentaire sur la pérennité physique de l'objet (le

[816] Nous n'avons pas sollicité des récits sur les bijoux, mais il reste intéressant de constater les composants pour ce type d'objet, même si un seule exemple ne peut qu'être une indication, sans représentativité.

diamant), ne contient que des aspects symboliques; (plusieurs histoires, un symbole, une expression de soi, une image positive d'une autre personne, un cadeau, un événement).

"containing" **memories**, information, 2) memories, 3)memories (of travel), 4) **storing past communication**	**meaningful stories**, 2)strong stories, 3) sentimental value, 4) spiritual meaning,	**reassurance**, 2)protection/ reassurance,
1)family gifts, 2)link to relatives/family, 3)**(strong) family link,** 4) family, 5) family link, 6) belonging to group (family, design students), 7) family, 8) link to parents,,	1)**social network,** 2)social link, 3)link to people, 4)social link,	**self identity** (music and downhill biking), 2) **my appearance**, 3) self image, 4)**validation of brand***, a "name/label,
link to childhood (slightly negative stories)	independence, 2) access to wider world,, escape*,	***animals*** *(in the shape of),*
linked to initiation ritual*,life stages, ritual,	**sense of pride**	

***main coherence point,** other coherence points

Tableau 3,18. *Composant "souvenirs et symboles de soi"; points de cohérence indirectes relevés, Ex7*

Dans les récits qui concernent des objets beaucoup moins précieux qu'une bague de fiançailles, il est possible de dégager sept thèmes principaux. Dans la plupart des cas, au moins deux thèmes de ce composant sont présents dans chaque récit. Il est important de noter que la hiérarchie de ces thèmes diffère selon l'âge de la cohorte. Le thème "histoires" est en première place pour l'ensemble des participants mais les thèmes en lien avec les liens sociaux et l'image de soi sont plus présents dans les cohortes plus jeunes (**EX3** & **EX7**).

Un autre point à noter concerne les objets commenté à distance. Dans l'**EX3**, où une partie des objets commentés dans les inventaires n'étaient pas avec la cohorte au moment du récit (illustration annotée) le thème de l'expression de soi est particulièrement présent (un quart de l'ensemble des commentaires codés dans ce composant[817]). Dans la partie virtuelle des inventaires de cuisine (**EX5**) par rapport à l'inventaire sur place, il y a, comme dans notre incipit, plus de commentaires en lien avec le thème des histoires, et plus de commentaires en lien aussi avec ce composant en général.

L'expression de soi

[817] Ex3, 124 commentaires codés en tant que composant "remembering(self)", 114 pour "using(habit)", 61 pour "experiencing(pleasure)", 52 pour "feeling(on me) et 35 pour "appreciating(time/resilience)". Sur les 124 pour "remembering", 32 concernent l'identité ou l'expression de soi.

Ce thème concerne les commentaires où l'objet semble exprimer l'identité de la personne. Au niveau de l'apparence par exemple des chaussures de sport sont annotées (**EX3**) ; "Sneakers: personnalité, mise en valeur de la tenue", et un autre membre de la cohorte note "*it's important to have clean and beautiful or stylish shoes because…shoes show what you are or what kind of person you are*". Une autre annotation encore sur les "*sneakers*" est simplement "*never heels*". Il y a aussi beaucoup de commentaires en lien avec l'image que l'on donne en termes de comportement; "*being late is so inelegant*" (une montre), ou pour exprimer une toute autre personnalité "*she steals them from other people and is proud to show how many lighters she stole*[818]" (briquets). Il est aussi question de l'identité exprimée envers soi-même; "*because I need to keep a trace of everything I've done, I'm not organised and I change my mind everyday*" (carnet de notes), "*smell of me since 10 years*" (parfum) et de croyances "*I am christian, it is the basis of my faith*" (bible). Il est aussi question de la représentation de l'identité en termes d'appartenance, ou de statut; de basketteur, de pratiquant de VTT *downhill*, le fait de faire de la randonnée. Les raisons qui rentrent dans ce thème sont aussi en lien avec les activités et souvent de sa créativité, de façon plus ou moins directe. Une des premières raisons pour apprécier le wok est "déjà parce que j'aime cuisiner", ou pour un carnet de notes "*I love my book, I draw all my work, find my ideas here*". Il peut aussi être s'agir d'expression beaucoup plus directe de créativité "*I did the design and produced it…*", ou encore "f*or my jewellery brand, my passion, express my creativity*". Comme noté ci-dessus, les commentaires et raisons d'attachement en lien avec l'expression de soi, et l'expression de l'identité de soi sont beaucoup plus présents pour la cohorte des étudiants, ce qui peut avoir un lien avec leur âge mais, éventuellement, aussi avec leur spécialisation (design).

Souvenirs d'enfance, l'identité passée et présente

La notion d'identité est aussi exprimée en termes de l'identité passée et cette identité par rapport à l'identité actuelle. Dans l'**EX7** sur les objets contrastés, une étudiante a choisi un doudou "important car mon père me l'a offert à la naissance de mon premier petit frère… il vient de la même boutique que mon doudou de naissance… je le trouve mignon et il me rappelle mon enfance" mais aussi un rouge à lèvres qui représente pour elle "le passage de petite fille naturelle à une adulte qui se maquille car ma mère ne voulait pas que je me maquille" et aussi "mon entrée dans le monde du travail [comme] représentante d'une marque de maquillage". Si cet extrait

[818] Dans une première version test de l'Ex3 les inventaires illustrés étaient faites en binômes et en conversation, une personne dessinant l'inventaire de l'autre

concerne une jeune adulte, et ressemble à beaucoup de commentaires reçus dans ce thème, il y a aussi nombreux commentaires d'adultes plus âgés liant l'objet commenté à des souvenirs en tant que jeune adulte.[819] Pour un sac à main possédé depuis 20 ans "rappelle de la jeunesse, début de l'autonomie financière", ou pour une platine à disques "elle venait de remplacer ma première platine. Ma toute première je l'ai eu quand j'étais étudiant, fin des années 70…parce que j'avais toute une collection de vinyles de quand j'étais jeune…". Comme pour l'exemple de la platine, les objets contenant des souvenirs de jeunesse ou d'enfance impliquent et évoquent d'autres objets, pour une louche en bois il s'agit aussi de la confiture "= souvenir d'enfance", et un oreiller "*found in my grandmother's house*" renvoie "*way back to childhood, like a madeleine de Proust*".

Symbole d'une autre personne, d'un lien

I. dans probes (**EX8**) commente que "parmi les objets que j'aime c'est surtout les personnes qui s'y rattachent qui me les font aimer" et ***B***. écrit que "j'ai naturellement trié les objets selon le lien qui me rattache à eux", ceux qui "me relient à une personne ou à un souvenir - ceux sont des objets "pont", ils sont issus d'une relation à l'autre ou d'une interaction". Lier des objets à des personnes est quelque chose qui semble se faire très naturellement. C'est une justification qui va de soi, pour ***B.*** et pour d'autres participants, comme une évidence. En cherchant des objets à commenter dans une phase test pour **EX1**, une famille a écrit "*what we kept thinking of was photo albums and framed pictures, sentimental objects rather than functional..even when we thought harder sentimentality still played a part…*"

Les liens à une personne sont ceux le plus souvent classés en tête de hiérarchie (**EX1**). Il s'agit très souvent d'objets reçus en cadeau, marqués avec trois "étoiles"; "*it was a gift from my parents"* (couteau suisse), "*offered by my mother for my first épilations age 13*" (pinces à épiler). La raison du lien à ces objets est nommé "sentimentale"[820] par de nombreux participants, comme déjà indiqué ci-dessus. Pour une porte-clefs en forme de fleur "*sentimental: Her daughters offered it to her a few years ago…Reminds her of souvenirs with her daughters and her family in the holiday lodge, hikes, card games…*". Les raisons listées pour une paire de bottes en

---

[819] Ceci renvoi peut-être à l'idée des années formatrices, et le fait que les expériences entre 15 et 25 ans sont les plus influentes sur les préférence et valeurs pour la vie ensuite. (Voir par exemple, dans le domaine des outils pour le design; Arthur O Eger & Huub Mulhof, Mood Boards for their own formative years help students design better for elderly people, in E&PDE, 2013, Dublin).

[820] Sentimental: Qui a trait au sentiment, à la vie affective, et le plus souvent à l'amour.

Sentiment: État affectif complexe, assez stable et durable, composé d'éléments intellectuels, émotifs ou moraux, et qui concerne soit le « moi » (orgueil, jalousie...) soit autrui (amour, envie, haine...). source: http://www.cnrtl.fr/definition/sentimental

caoutchouc et classées comme les plus importants illustrent une bonne partie de l'éventail des raisons en lien avec ce thème; "elles ont appartenues à mon père, il les a utilisées pour les interventions qu'il a faites comme pompier volontaire, elles sont un cadeau de mon père quand il a arrêté d'être pompier". L'objet a appartenu à une autre personne, était utilisé par cette personne, donne une image positive de l'autre personne, est un cadeau et représente un événement.

La famille, le groupe social

Les liens aux personnes comme raison ou justification d'attachement concernent, bien sûr, aussi bien des individus que les groupes. La famille et le groupe d'amis est un lien important dans les commentaires des cohortes plus jeunes (**EX3, EX7**). Il y a des cadeaux venant des groupes d'amis, des objets pour des moments passés avec différents groupes "objet indispensable pour tout fumeur mais que les 3/4 n'ont pas, vu les questions les plus posées "t'as pas un feu stp?"". Il y a, comme cet exemple, beaucoup d'objets liés au partage, associés à des expériences de sociabilité.

Evénements

Le thème des souvenirs d'événements est présent de façon égale dans les différentes cohortes, très souvent en lien aussi à un lieu spécifique. Les événements commentés se classent surtout en deux grandes familles: les moments d'achat et les vacances/ voyages ou un mélange de ces deux. Il est bien sûr aussi question très souvent d'un moment marqué de façon hédonique "*time in Lyon, best time*", "*came from my favourite shop*" ou "*reminds me of a special moment*".

Histoires

Les événements peuvent être des histoires plus complexes et plus détaillées avec de multiples sous-thèmes. ***H.*** (**EX8**) a groupé et photographié 4 objets dont le lien d'attachement vient d'une personne et d'un lieu[821]. A chaque fois il s'agit aussi d'une histoire qui peut se complexifier, se raconter comme, par exemple, un de ses objets, une corbeille à fruits:

> "Corbeille de bois: Faite main. Appartenait à ma soeur lorsque je vivais avec elle…souvenir d'un temps de vie, d'une maison, d'une époque d'étudiante. Elle n'en voulait plus…je l'ai gardée: car pour moi il avait une histoire, une utilité et représente le travail manuel de quelqu'un…"

[821] Probes, carte jour 4 "deux familles dans les choses à garder?" Dans les objets rassemblés, il y a probablement des objets dont une des raisons d'attachement est un lien avec une personne, un lieu, un événement…

L'exemple du bol jaune, commenté en chapitre 3.5.1 contient de multiples sous thèmes, des éléments relevant des souvenirs de soi et des autres, d'un lieu, d'un ou de plusieurs moments de vie. Dans l'exemple du bol jaune, comme la corbeille à fruits et les autres objets regroupés par ***H.*** la matière et les qualités physiques des objets sont aussi décrites et présentes.

Les histoires, comme les autres thèmes de ce composant, sont multiples et se superposent et entrainent facilement d'autres histoires qu'on a envie de raconter. Les liens humains, les liens sociaux paraissent des qualités faciles et agréables à exprimer dans les histoires et font partie d'ensembles plus complexes. Le projet "*Significant Objects*"[822] de Rob Walker s'est basé uniquement sur la valeur ajoutée à un objet par des histoires, même quand ces histoires sont des fictions. Dans cet exemple, l'histoire s'opère à de multiples autres niveaux; l'histoire du projet, de l'auteur de l'histoire, de l'acquisition.

Symbole sans histoire particulière

Tous les commentaires en lien avec ce composant ne contiennent pas de référence à une histoire, à un événement ou à des personnes proches. Il y a des symboles personnels "*favourite, reminds me of Beyoncé*" (une veste), "*inspirational, read over and over again*" (livre favori). Il y a également des commentaires beaucoup plus abstraits ou non-qualifiés, peut-être par pudeur ou par facilité, pour une série d'objets différents; "*lucky symbol*", "*I like the image it carries*", "*has sentimental value*", "*symbol of purity*" ou "*really important meaning*".

Ce que ***L.*** (**EX8**) écrit sur une paire de bottes qu'elle garde et remets chaque hiver indique peut-être d'autre raisons pour ces commentaires sans histoire. A la fin d'un petit texte sur ces bottes elle écrit: "je ne sais pas pourquoi je les aime autant mais elles représentent aussi un peu pour moi des endroits agréables où mes pieds les ont menées." Il semble possible qu'il a fallu trouver une "bonne" raison, au-delà de l'habitude et un certain ressenti évoqué en amont dans son texte.

En lien avec le thème des histoires, nous pouvons noter que les histoires et symboles 'nommés' sont beaucoup plus présents que ceux sans histoire ou plus abstraits. Il est important de noter aussi que les objets à histoire ne sont pas forcément des objets spéciaux ou de valeur. Sur les 37 récits (**EX6**) sur les objets jetables et gardés, une vingtaine contient des histoires spécifiques et surtout des événements. Dans la quasi-totalité de ces récits contenant des histoires

[822] Rob Walker, Significant Objects - projet:(http://significantobjects.com) accédé février 2019. et livre; Significant Objects, des: Joshua Glenn et Rob Walker.

et des symboles, d'autres composants sont également commentés, surtout des composants "*using/doing*" et "*appreciating/resilience*".

Conclusion

Il est difficile d'évaluer l'importance de ce composant, car il est probablement le plus exprimable, le plus évident comme réponse et de ce fait le plus facile à collecter.

Les commentaires sur ce composant semblent relever des rapports globaux, basé sur connaissances sémantiques et des croyances générales (Schwartz et al. 2009). Peu d'éléments semblent venir des souvenirs épisodiques et concurrents. Ce composant semble faire partie de souvenirs séparés de l'objet. Les histoires et évocations concernent l'objet mais l'objet ne fait partie de ces commentaires directement. L'objet n'a pas besoin d'être présent physiquement pour ces récits et, dans certains cas dans nos récits, il s'agit même d'objets disparus ou perdus.

Ce composant est très présent dans les théories d'attachement, en lien avec l'identité de soi, mais cette identité n'est pas forcement stable dans le temps (Mugge, 2008, Schifferstein et al. 2008). Kaufmann (1997, p4-5) commente que les objets jouent un premier rôle pour extérioriser et stabiliser le Soi qui serait (citant Elster 1985 et Douglas 1990) multiple, instable et fragmenté.

Ce composant est très présent dans nos études, mais se trouve très rarement seul, sans évocation d'actions, d'utilisations, de ressentis…

La littérature suggère (Mugge, 2008, Schifferstein et al. 2008) que les souvenirs prennent plus d'importance dans l'attachement émotionnelle aux objets avec le temps. Dans le composant proposé ici, les souvenirs sont groupés avec d'autres symboles de l'identité et expression de soi, mais nous pouvons effectivement constater que les thèmes dans ce composant semblent se renforcer avec le temps[823]. Ce composant (surtout le thème de l'expression de soi et de son identité), est important dans les cohortes plus jeunes et avec des objets qui sont possédés pour la plupart depuis peu de temps.

[823] L'etude des réponses "cross-sectional" à partir des réponses en Ex1 montre que ce composant est présent dans l'ensemble des réponses concernant 8 ans de relation (avec un objet) ou plus, avec en moyenne trois thèmes différents évoqués; surtout les histoires, suivi d'expression de soi et des événements. Pour les relations de 7 ans et moins ce composant est présent seulement dans la moitié des réponses, et seulement deux thèmes en moyenne sont présents parmi les occurrences de ce composant.

3.5.5 Le plaisir (*experiencing pleasure*)

"Je suis attaché à cet objet parce que d'une part, je le trouve esthétique, l'aluminium brut lui donne un coté rustique et il est également moderne grâce à la complexité de la découpe laser. D'autre part cet objet est en lien avec ma passion, le vélo de descente que je pratique depuis plusieurs années. "Hope" [marqué sur le décapsuleur] ...est le nom d'une marque d'un fabricant de frein, disque de frein reconnu pour son matériel haut de gamme et très performant. J'aime, bien entendu, cet objet pour sa fonction principal qui est d'ouvrir des bières, boisson indispensable pour un rider."

Cette description d'un décapsuleur dans l'**EX7**, est accompagnée d'un dessin qui détaille ce petit objet de poche découpé dans une plaque épaisse de métal. Le dessin annoté montre un détail décoratif et complexe qui reprend un disque de frein "DH" (*downhill*[824]), l'activité que pratique l'étudiant. Il s'agit à priori d'un petit objet qui peut être porté, qui est manipulé, empoché, qui a une présence physique et qui est en lien avec plusieurs niveaux de plaisir; d'une activité, d'un loisir, des moments de détente qui englobent différentes sensations.

La table 3,5,13 rassemble certaines évocations autour de ce composant qui est présent dans la plupart des modèles dans la littérature sur les relations (pérennes) aux objets. Il est à noter que, dans l'étude de Csiks & RH, ce thème se trouve dans le "*meaning class*" du présent et du futur, et plus précisément sous l'expérience. Il s'agit bien d'expériences actuelles et récentes (*ongoing occasions*) et, de ce fait, on s'approche de notre composant "*using*". L'aspect de l'utilisation est présent dans le déterminant de plaisir de Mugge (2007) mais sa définition couvre aussi "*appearance-related meanings*". Un terme employé par Mugge mais également par Schifferstein & Zwartkruis-Pelgrim de "*aesthetic pleasure*" est plus large et semble plus en accord avec notre notion d'une expérience sensoriel qui n'est pas seulement visuelle.

L'étude de Schifferstein & Zwartkruis-Pelgrim (2008, p8) suggère que l'attachement aux objets à travers le plaisir (*enjoyment*) est le plus élevé dans les objets d'acquisition récente. Ceci ne correspond pas forcement avec le principe de "*ongoing*" (Csiks&RH, 1981) ou de l'engagement continu (Haines-Gadd et al, 2017).

[824] pour "downhill mountain biking"

Csiks &R.H, 1981	Mugge, 2007	Schifferstein & Zwartkruis, 2008	Haines-Gadd et al, 2017	Green, 2018
Experience (Present-Future); Enjoyment, Release (*& Ongoing Occasions*) **meanings**	Pleasure **Product attachment determinant**	Enjoyment **(product attachment meaning)**	Imagination **(emotional durability themes)**	Experiencing pleasure **(longer relation component)**
Enjoyment; positive feelings associated with the objet and explicitly described, **Release**; feeling of release, escape, venting frustration, (*Ongoing Occasions; used for events and everyday activities enjoyed*)	"pleasure experienced during usage, result of superior functionality and aesthetic pleasure", including "enjoyment, utility and appearance-related meanings", (p34-35)	Product enjoyment linked to diffuse self, sensory & aesthetic pleasure, (+ perhaps incorporating surprise)	Continued Engagement & Unexpected Interactions, Enjoyment & Pleasure	pleasure moments, pleasure activity,/ play, pleasure using, reassurance/ presence/ comfort, (pleasure) sensation

Tableau 3,19. *Déterminants et thèmes autour du plaisir (experiencing pleasure)*

Le tableau 3,20. reprend les points de cohérence indirecte relevée dans les objets contrastés sélectionnés **EX7**. Il s'agit de points/commentaires clairement marqués en termes d'expérience hédonique positive.

1) **physical activity/movement,**	1)(multi-)sensorial pleasure (listening to music, drinking beer), 2) music,	1)**pleasure to use, toy/gadget** (fun things to fiddle with)
1) **frivolous pleasures,** 2)play, 3) pleasure,	1)**happy mood (moment)**	1) comfort*, 2) comfort, 3) **rest moment**

***main coherence point,** other coherence points

Tableau 3,20. *Composant "plaisir/expérience"; points de cohérence indirectes relevés, Ex7*

Les thèmes suivants aident à clarifier ce composant par rapport aux quatre précédents. Il semble intéressant de tenter de mieux comprendre, à travers nos résultats, la notion de plaisir dans les relations plus longues aux objets, sachant qu'une partie de la littérature, comme nous avons noté ci-dessus, situe le composant plaisir dans le début des relations.

Ce composant a des liens avec les quatre autres dans le sens où nous pouvons supposer que le plupart des commentaires ont des liens avec des expériences positives ou sont marqués de façon hédonique positive. L'expérience justifie une différence importante dans notre classement entre ce composant et les deux premiers (*using/doing*, et *feeling on me*). Pour les deux premiers composants, le point de vue semble être très proche de l'objet en tant qu'entité physique or, pour

ce dernier, les commentaires suggèrent une focalisation sur l'expérience vécue sans que l'objet soit en premier plan.

Moments de plaisir

Kahneman & Riis, 2005[825] appellent 'moments' chaque période du présent psychologique, de 3 seconds à peu près, qui constituent nos vies. Chaque journée est de ce fait constituée de 20,000 moments, dont la plupart disparaissent instantanément. Ces auteurs signalent aussi qu'il est possible de donner une description riche et multidimensionnelle pour un moment, surtout si l'expérience est racontée par un individu avec des talents pour l'introspection.

Les 'moments' de notre thème '*pleasure moments*' sont des expériences dans nos récits qui ont pu être décrites en termes positifs[826] et qui sont données comme raisons de l'attachement à un objet, ou qui rentrent dans le récit sur la relation avec l'objet. Il est clair que notre choix de mot 'moments' n'a pas de lien direct avec la terminologie de Kahneman et Riis. Nos récits se situent bien dans le contexte des micro-expériences qui, pour la plupart, auraient pu et peuvent disparaitre. Nous avons choisi le mot 'moments' pour son sens courant comme expérience sans notion de durée particulière mais qui peuvent être aussi très courte. Il s'agit aussi d'expériences ou de moments de plaisir non spécifiques et répétés.

Les moments positifs évoqués dans le cas d'une théière illustrent bien ce thème:

> "*these are the only moments of relaxation in a day, when I can take care of myself…relaxation times…escape, break, luxury…It's a "zen" time…I often drink tea when I'm alone, to relax. But I also use my teapot…during the evening with my husband and my sons, watching television by the fireside…*"

Cet extrait couvre la majorité des différents types de moments de plaisir mentionnés dans les récits, qui sont en ordre d'importance dans les récits: des moments de relaxation, de confort, de pause, de moments partagés avec des amis et des proches, moments pour soi et pour s'occuper de soi. Il s'agit de moments assez peu détaillés "*always on my knees even in the summer*" (couverture), "*relaxing at the end of the day*" (PS4 console de jeux), "*break in the day, escape from work*" (écouteurs) mais qui correspondent bien à des micro-expériences qualifiables

---

[825] Daniel Kahneman & Jason Riis, Living, and thinking about it: two perspective on life, in Felicia A. Huppert, Nick Baylis & Barry Keverne (eds.), *The Science of Well-Being*. Oxford University Press. pp. 285--304 (2005)

[826] Kahneman & Riis suggère que si les notions d'approche et d'évitement ne sont pas un mesure parfait pour le bien-être, elles s'appliquent néanmoins aux états eudaimoniques, hédoniques, d'absorption intense (flow) et au plaisir sensoriel comme mesure de l'envie que l'état continue ou s'arrête. Ce que nous appelons expériences ou moments positifs sont ceux dont la description suggère l'envie de continuer ou répéter l'expérience.

de plaisir et de bien-être. Il s'agit également de moments vécus le jour même ou la veille et qui sont attendus, a priori, pour les jours à venir.

Jeux et activités de plaisir

Une autre partie des commentaires en lien avec ce composant peuvent être qualifiée d'activités et de jeux. Comme les "moments" ci-dessus, le marquage en tant que plaisir est toujours présent. Il s'agit d'activités associées à l'objet, du passé récent et en anticipation du futur proche.

Des activités plaisantes dans les récits sont pour un certain nombre en lien avec le sport, "*I'm waiting for my lovely bike, will use to go everywhere*" (vélo), la cuisine, "j'aime faire des confitures" (louche en bois), "à faire des bons petits plats" (robot Thermomix), d'autres loisirs actifs/créatifs "*I love to sew when I have time*" (machine à coudre), "*pastime during weekends, a great way to invite his friends and try to find mechanical solutions together*" (voiture de collection, achetée pour la restaurer). Dans le plupart de ces commentaires la notion de projection semble assez présente. L'objet rappelle une activité qui est marquée en tant que plaisir que le propriétaire a envie de (re)faire.

Dans ce thème d'activités donnant du plaisir, il y a aussi des activités dont les définitions sont plus personnelles et plus quotidiennes. Pour un 'finger-skate'[827] les annotations accompagnant l'illustration sur l'inventaire (**EX3**) sont "objet personnel, pouvoir s'améliorer, en faire où je veux, jeu amusant". Pour une couverture "*on my way home I have only one wish, to get under my blanket*" (**EX3**). Pour un pouf 'Fatboy', "*I want to play with it or change the shape…the strength and resistance are really important because I like falling down onto it…it's a seat where we can sit or stretch out in different positions*". Il y a toujours une notion de projection mais avec des activités dont le souvenir est plus proche dans le temps. Une partie, au moins, de ces souvenirs passent par les actions et le corps. Un commentaire dans le récit d'une relation avec un console de jeu (Ex1); "*don't think a lot, just play and have fun*" suggère peut-être le concept de "*Flow*" (CS & RH), le plaisir d'être absorbé dans une activité.

Plaisir de l'utilisation

Encore dans les commentaires sur le pouf, différentes actions d'utilisation sont également listées comme raisons d'attachement à l'objet:

[827] un skate-board en miniature (échelle 1:8), que l'on peut utiliser avec des doigts à la place de jambes pour faire des 'tricks' un peu à la manière d'un vrai skateboard.

> "*I can modify the shape as I like, it's really useful. If I have a friend at home we can share the seat together…it's really user-friendly…When I'm on my Fatboy, I can put my phone, ashtray and other stuff on the edge…*"

Pour un sécateur:

> "Il permet une bonne coupe des fleurs, permet le renouvellement des fleurs…usure due à l'utilisation prolongée, il est donc adapté aux mains, [elle] a une satisfaction personnelle quand elle l'utilise…"

La proximité avec l'objet est aussi exprimée dans le commentaire. Le fait d'utiliser l'objet est un plaisir et pas seulement l'activité à laquelle il est associé. D'autres raisons extraits des récits en **EX1** illustrent ce thème: "*large frets make it enjoyable/easy…*" (Guitar bass, **EX1**), "*olive wood grip, very nice to use*" (Archet, **EX1**), "*[she]enjoys writing with*" (Stylo à bille, **EX1**)

Les commentaires relevés dans nos études en lien avec un plaisir d'utilisation concernent avant tout la facilité d'utilisation et des commentaires qui évoquent l'agréable-à-toucher pendant l'utilisation, le plaisir de l'expérience.

Sensation de plaisir

D'autres commentaires évoquent différentes plaisirs sensoriels, sans mentionner directement l'utilisation. Ce thème est bien représenté dans les commentaires, avec une variété d'expériences sensorielles exprimées. Les exemples autour du son illustrent aussi des expériences exprimées à différentes échelles. Pour une trompette, le propriétaire commente qu'elle produit "*various sounds depending on how you feel, from moody soft to very martial, from low to very high pitch simply with the control of your lips*", une guitare bass pour un autre propriétaire a une "*rich heavy sound*", et encore une autre guitare a un "*perfect sound*". Mais pour une autre personne, il y a aussi le petit son aigu et agréable que font les clefs quand ils s'entrechoquent avec le porte-clefs apprécié.

Un certain nombre de commentaires évoquent l'odorat et le goût. Il y a dans un inventaire (**EX3**), une crème à mains parce que "*it smells super good*", mais il y a aussi un doudou, qui a "toujours eu cette odeur". Une des raisons d'attachement à une cafetière (**EX1**) est "*the coffee is very good when it's made with this coffee-maker, better than with others…*", et d'autres commentaires évoquent le souvenir du goût de ce qu'on boit dans l'objet récipient. Le plaisir de la sensation de chaleur est évoquée à plusieurs reprises, pour des boissons mais aussi pour des

sèche-cheveux (**EX1**) "Quand j'ai froid j'aime bien la sensation car ça propulse de l'air chaud et ça fait du bien…La température est parfaite, ni trop chaud ni trop froid…". En conclusion d'un entretien au sujet d'un oreiller, son propriétaire le décrit comme "un doudou, une boite à musique, un radiateur".

D'autres commentaires évoquent un confort plus général ressenti par les corps, qui peut concerner l'objet directement "*this seat is very comfortable*" (Pouf), ou qui traitent le confort corporel en lien avec le produit: ce confort du canapé qui accompagne le thé dans une théière commenté ou qui accompagne les moments de jeux sur console "*I sit on my sofa with big pillows*". Une partie des souvenirs autour de l'objet semble être 'enregistrée' en tant que sensation de plaisir à travers le corps dans les exemples relevés dans nos études.

Confort, assurance et bonne humeur

Dans les points communs relevés pour les deux objets choisis par des participants (**EX7**) il y a souvent une notion de confort et d'objets qui rassurent. Un participant a choisi une petite lampe à LED possédée depuis plus de 10 ans qui permet "de porter le regard au loin dans le noir", l'autre objet, une casque à réduction de bruit permet de "se réfugier dans une sorte de bulle, de cocon protecteur". Un autre étudiant choisi des clefs "pour être et se sentir en sécurité chez moi" et un doudou qui "apporte un réconfort…moyen de consolation…m'accompagne partout…". Pour une autre étudiante le choix de deux objets se porte sur une lampe veilleuse "ma veilleuse d'enfance, a rassuré mes nuits, elle a éloigné mes cauchemars…porte bonheur de mes nuits" et un casque "qui m'accompagne au quotidien, il me fait passer les trajets en transports plus vite et me met de bonne humeur lorsque je le mets pour écouter la musique".

Les objets choisis et commentés avec des expressions de plaisir (**EX7**, **EX3**) sont souvent en contact avec le corps comme les casques, des doudous, mais aussi des vêtements, le pull (Ex3) choisi pour "*comfort, colour, gives me good energy*", ou des sacs: "*I like to have lots of useless stuff nearby*" (grand sac, porté au quotidien, Ex3). Il s'agit d'objets avec une relation physique certaine mais les commentaires évoquent le confort de façon générale et évoquent avant tout une assurance psychique.

Conclusion

Les expériences de plaisir avec les objets choisis lors des différentes études concernent un ensemble de ressentis à petite échelle qui font partie de la relation appréciée. Par rapport au composant "*remembering*", ici le souvenir est lié aux expériences récentes et qui vont continuer

(*ongoing*). L'objet fait partie d'une expérience qui a été renouvelée récemment et qui peut se répéter à l'avenir, en forme d'une projection ou prédiction de plaisir. L'expérience n'est pas terminée et n'est pas précisée comme un souvenir spécifique.

Les thèmes et exemples semblent suggérer des niveaux de souvenir plus ou moins proches dans le temps et plus ou moins proches physiquement. D'une certaine manière, les commentaires contentant l'évocation de plaisir semblent avoir une focalisation plus ou moins à 'grand-angle' et plus ou moins marquée en tant que croyance. Les quatre premiers thèmes présentés pour le composant plaisir dans l'ordre ci-dessus vont d'une expérience vue en 'grand angle' à une expérience vue avec une focalisation rapprochée.

Par rapport aux composants de '*using*' ou '*feeling*' le composant que nous avons nommé '*experiencing pleasure*' se distingue par des commentaires généralement moins proches de l'objet (l'expérience plutôt que l'objet) et moins proche dans le temps. Les trois composants de *feeling, using* et *experiencing* peuvent peut-être se placer sur une échelle de proximité/actualité/ ressenti. Prenant appui sur les réponses détaillées en **EX1**, les raisons d'attachement données pour l'objet choisi couvrent, dans trois quarts des récits, l'ensemble de ces trois composants et de ces différents niveaux de proximité et de ressenti. L'objet est commenté de très près, en termes d'utilisation/action et en termes d'expérience de plaisir.

Si on se réfère au modèle de "core affect" dans l'expérience avec les produits de Desmet & Hekkert (chapitre 2,5), où le "*product experience*" serait "*a change in core affect that is attributed to human-product experience"* la plupart des réponses dans nos récits autour du composant de plaisir se situent entre le calme et le plaisant. Nos réponses se situent ainsi tout en bas de leur échelle de stimulation ou de "*arousal*", ne rentrant à peine dans cette classification d'expériences avec les produits.

Dans les réponses les plus détaillées en **EX1**, l'évocation de plaisir est à la fois présente dans plus de trois quarts des cas et chaque fois plusieurs thèmes (de plaisir) sont également présents dans les récits. Nos études ne permettent pas, néanmoins, de statuer de façon définitive sur la présence de plusieurs thèmes de plaisir exprimés à la fois dans une relation longue avec un objet. Dans les inventaires (**EX3**), le plupart des objets sont annotés seulement en termes d'un seul des cinq composants présentés avec, néanmoins, plusieurs composants présents sur l'ensemble des objets choisis par chaque participant. De ce fait, il n'y a pas d'évidence pour confirmer différents niveaux d'évocations de plaisirs systématiquement présents dans une relation à un objet, même si les résultats de l'**EX1** suggèrent cette possibilité.

Il est notable que les expériences de plaisir 'ressenties', les thèmes *pleasure activity, pleasure using, pleasure sensation*, ne sont présents que dans la moitié des inventaires (**EX3**). L'évocation d'expériences de plaisir semble à la fois évidente à exprimer (en annotations) pour une moitié des participants et au contraire pas du tout naturelle pour l'autre moitié. Nous notons aussi que, dans l'**EX5** (les visites virtuelles), les récits contiennent très peu d'éléments qualifiables en tant qu'expériences de plaisir. Ceci peut s'expliquer par les différences des individus dans la facilité à exprimer des ressentis plaisants en lien avec les objets. Une autre explication peut venir du nombre d'objets commentés, réduisant ainsi le niveau de réflexion accordée à chaque objet.

Des études depuis la fin des années 1990 (Kahneman…Schwartz, Norman…) suggèrent que la notion de plaisir individuel en rapport avec le temps contient deux parties conceptuellement différentes. Kahneman (2010) évoque le "*happiness of the experiencing self*" ou la "*satisfaction of the remembering self*". Ces recherches distinguent une partie d'évaluation générale de satisfaction (*remembering-evaluating self, retrospective/recalled enjoyment*) et une partie d'expérience de plaisir du moment (*actual experienced enjoyment).* Les évaluations rétrospectives peuvent être très différentes des rapports en temps réel ou très récentes d'expériences émotionnelles positives. Ces études sur les expériences et les évaluations hédoniques semblent traiter une échelle différente de notre focus sur l'expérience de plaisir apportée par certains objets du quotidien. Dans notre cas il n'est pas forcement question de bien-être général (Kahneman et Riis, 2005, Kahneman & Deaton, 2010[828], Schwartz et al., 2009) ou de souvenirs mémorables (Norman, 2009, Kahneman et al., 2010)[829].

Il ne serait pas évident de classer les commentaires que nous avons placés sous le composant de plaisir de façon définitive en termes de rapport/évaluation globale ou d'expérience actuelle. Schwartz et al. mentionnent que (p4)

> *"when asked how they "usually feel during particular activity" people draw on their general beliefs about the activity and its attributes to arrive at a report. The actual experience does not figure prominently in these global reports because the experience itself is no longer accessible to introspection and episodic reconstruction is not used to answer a global question."*

Dans notre cas, il s'agit bien d'expériences affectives, a priori, récentes et accessibles mais qui, selon les thèmes, sont exprimées de façon plus ou moins globale et en termes de 'ce que je

---

[828] Daniel Kahneman & Angus Deaton, High income improves evaluation of life but not emotional well-being, Center for Health and Well-being, Princeton University, US, 2010

[829] Les exemples de Norman, Schwartz, Kahneman etc sont chaque fois des "grandes" expériences comme les vacances en Thaïlande ou aller vivre en Californie. Les exemples donnés ne concernent pas à priori l'expérience comme dans notre cas, de petits moments et relations du quotidien.

fais/je ressens d'habitude en rapport avec cet objet'. Il semblerait que les commentaires correspondent à un marquage en tant que plaisir qui va déterminer des choix futurs. Ceci est cohérent avec la catégorisation d'*Enjoyment* dans le présent et futur pour Csiks&RH. Norman (2009) et Kahneman et al. (2005, 2009, 2010) et confirme qu'un marquage positif par le '*remembering self*' va s'utiliser pour décider de répéter une activité. Il aura plus de poids dans la décision que les informations du '*experiencing self*'.

Les cinq composants détaillés ci-dessus sont les plus présents dans nos expérimentations dans les récits sur des relations plus pérennes avec des objets du quotidien dans la sphère domestique. Les sous thèmes présentés permettent de mieux qualifier chaque composant. La table ci-dessous donne un premier aperçu des multiples composants pouvant être présents dans une relation homme-objet usuelle et potentiellement plus pérenne identifiés et détaillés dans ce chapitre.

Les cinq composants et leurs sous thèmes ne représentent pas l'ensemble des facettes exprimées dans nos récits mais semblent les plus robustes. Dans les chapitres suivants, nous présenterons d'autres composants qui apparaissent comme plus ambiguës dans nos expérimentations, ainsi que des thèmes transversaux marquants.

L'utilisation ***using/doing***	Ressentir/toucher ***feeling on me***	Temps et durabilité ***keeping/noticing time***	Souvenirs/symboles de soi ***remembering self***	Le plaisir ***experiencing pleasure***
fonctionnalité comme justification	proximité ressenti sur le corps, porté	des objets très vieux	expression de soi	moments de plaisir
mon utilisation (et une ou plusieurs actions)	présence du corps dans la relation	temps de possession/relation	souvenirs d'enfance, identité passée, présente	jeux et activités de plaisir
habitudes d'utilisation	toucher spécifique remarqué, douceur	pérennité perçu	symbole d'une autre personne, d'un lien	plaisir d'utilisation
soin et nettoyage	compacte, légère	des marques d'âge, de vieillissement, d'usage	la famille, le groupe social	sensation de plaisir
outils très simples	mouvement de l'ensemble du corps, proprioception	evolution et projection	des événements	confort
utiliser à ma manière (personnelle)	manipulation, actions à petite échelle		histoires	assurance
			symbole sans histoire	bonne humeur

Tableau 3,21. *Les cinq composants les plus représentés, et les sous-thèmes identifiés*

3.6 Composants ambigües

"En cette période froide, je l'apprécie particulièrement. C'est une vulgaire bouteille en plastique déformé par l'eau chaude et qui résiste!! à l'image d'une compression de César!! C'est la compagne fidèle de mes nuits froides et quand l'hiver s'éloigne j'ai du mal à m'en séparer. Chaque année je la garde précieusement. Quand mes petites filles en parlent elles l'appelle 'le doudou de Mamy.'"

L'incipit ci-dessus vient d'un petit texte écrit par ***K.*** **(EX8)** sur un objet utilisé en tant que bouillotte. Dans ce texte court, copié en entier ci-dessus, nous pouvons retrouver assez aisément chacun des cinq composants identifiés dans les chapitres précédents; une utilisation, (à sa manière, soin et nettoyage…), un ressenti (un objet de proximité ressenti sur le corps, dont l'utilisation comporte diverses manipulations), le temps et la durabilité (la pérennité perçue de l'objet qui a résisté), un symbole de soi (de la famille, de l'expression de soi), du plaisir (du confort…). Ce texte comporte aussi des évocations de contexte et d'apparence visuelle qui sont des composants identifiables dans les différentes expérimentations, mais avec des pourcentages de représentation plus faibles que les cinq principaux.[830]

En partant du principe que les relations plus longues avec les objets semblent être caractérisées par la présence de multiples composants ou facettes, il semble important de ne pas présenter les cinq composants précédents comme étant une représentation complète de tous qu'il peut y avoir dans une relation plus longue.

Afin de créer un modèle juste des relations plus pérennes avec les objets il peut être important d'aller au-delà de la simple évocation des cinq composants détaillés précédemment, en intégrant toute ou une partie des thèmes plus ambiguës et moins robustes. Notre volonté, en accord avec une approche influencée par des méthodes de design n'est pas de tenter forcement d'arriver à une conclusion convergente.[831] Partant du constat que les relations plus longues avec les objets semblent être composées de multiples facettes, il parait important de ne pas chercher (artificiellement) à trouver une synthèse.

---

[830] En moyenne, les cinq 'principaux" composants étaient présent dans 79% des réponses Ex1 (échantillon de 44 réponses codées en détail). Les qualités visuelles sont présentes dans 70% des réponses et le contexte dans 52%. Sur les 22 récits très détaillés, en terme de pourcentage de l'ensemble des extraits relevés et codés les résultats sont; *using*: 21.5%, *remembering*: 16.7%, *experiencing pleasure*: 15.6%, *noticing time*: 15.3%, *feeling*: 14.2%, *looking (*qualités visuelles*)*: 10%, *situating (*contexte*)*: 6.6%

[831] Gaver, W., 2012. Gaver suggère que "*the reason that research through design is not convergent is that it is a generative discipline, able to create multiple new worlds rather than describing a single existing one*."

Dans le codage utilisé pour analyser les résultats des expérimentations (**EX1**, **EX3**, **EX7**) deux composants principaux restent à décrire, le contexte et les qualités visuelles[832]. Les résultats pour ces deux composants présentent des ambiguïtés qui font qu'ils doivent être traités à part. Pour les composants contexte/réseaux et qualités visuelles les résultats suggèrent une certaine importance, mais restent moins clairs que les cinq présentés précédemment. Il peut s'agir d'aspects moins commentés ou plus difficiles à commenter et donc d'aspects présents mais non-exprimés. Ces deux composants peuvent de ce fait être des candidats pour de la recherche future en lien avec les relations aux objets, car n'ayant pas pu être suffisamment éclairés par les méthodes utilisées dans notre recherche.

[832] Au delà de ces composants, deux thèmes encore n'ont pas pu être catégorisés. Ces deux thèmes; 'originalité' et valeur financière sont présents dans d'autres études sur les relations aux objets, mais dans notre cas, ne semblent pas décisifs dans les relations plus longues, étant assez peu représentés dans les réponses/récits. Les aspects du thème 'originalité' qui semblent être des qualités visuelles peuvent être regroupés dans ce composant, mais ce thèmes ne peut pas se réduire au visuel.

3.6.1 Contextes et réseaux (*surroundings*)

"To start a discussion about the frame of a painting rather than the painting, the conventions of theatre rather than the play, the pots at a wedding rather than the mariage, the wallpaper of a room rather than the cosy chat we can have together in the room. It's all rather embarrassing, something that should have been left unspoken has been inappropriately foregrounded."[833]

L'importance du contexte dans les relations avec les objets semble évidente[834] mais comme l'ensemble de notre sujet, il s'agit de ce que l'on ne regarde pas comme rappelle la citation de Daniel Miller ci-dessus. Les théories de réseaux et de pratiques, présentées en chapitre 2,7 proposent de réfléchir les objets dans la complexité de leurs liens et par rapport à tout ce qui les entourent. Notre approche, en cherchant à définir des composants potentiellement multiples et complexes des relations plus longues aux objets, est en cohérence avec les théories et cadres présentées dans ce chapitre. Certaines parties de cette complexité sont déjà présentes dans les composants précédents, par exemple autour des actions ou pratiques. Dans ces composants il est question de l'utilisation directe des objets et des actions et expériences qui sont liées à l'objet. Le contexte n'a pas encore été inclus dans les composants présentés en termes de ce qui entoure l'objet; en termes de pratiques indirectes; sa place; sa situation et son réseau.

Dans une étude qui aborde la question des relations plus pérennes aux objets à partir de ce qui motive les envies de remplacement des produits[835], trois familles d'influence sont identifiées: les caractéristiques des produits, les caractéristiques des consommateurs et des influences situationnelles (*situational influences*). Cette dernière famille (Van Nes & Cramer, 2005) est divisée en six aspects différents; *Wear & tear, Personal life, Peer influence, Media influence, Direct environment & Market development*. La notion d'influences situationelles semble correspondre à celle de contexte, tout en montrant sa complexité et son étendue. Dans cette étude, les résultats démontraient que seulement les deux premiers aspects; l'usure (*wear & tear*) et les changements dans la vie personnelle (*personal life*) avaient une influence importante sur les motivations de remplacement des produits. Même si le focus de cette étude est ce qui limite

---

[833] Daniel Miller, *Stuff,* 2010, p50

[834] Une exercice imaginée par des étudiants de l'université de Nîmes dans des probes sur les relations aux objets était de demander à leurs participants de sortir un objet de sa place habituelle, et trouver et commenter différentes places pour l'objet. L'exercice mentale qui consiste à placer un objet du quotidien dans des contextes inhabituels suffit pour que chacun peut constater que le contexte, l'environnement joue, à priori, dans la relation à l'objet.

[835] Nicole van Nes & Jacqueline Cramer, Influencing Product Lifetime Through Product Design, Business Strategy and the Environment, vol. 14, 2005, p286 - 299, disponible sur: www.interscience.wiley.com,

la pérennité des relations avec les produits, le manque de résultats autour du thème de l'environnement direct (*direct environment*) trouve un reflet dans nos expérimentations. Si la question du contexte semble intuitivement importante dans la relation aux objets, en tant que composant dans nos études, les résultats semblent ambigus et incomplets.

Plusieurs facteurs peuvent aider à expliquer, en partie, le fait qu'il y a moins de commentaires autour du contexte dans les expérimentations. Dans les expérimentations il n'y avait pas de question directe sur le contexte[836], mais de la même manière il n'y avait pas de question directe sur des autres composants présentés.

Le fait de poser des questions sur des objets en particulier et de choisir un objet à commenter encourage, probablement, les participants à sortir l'objet de son contexte et son environnement. Nous pouvons noter que pour l'**Ex7** et pour l'**Ex8**, des expérimentations qui laissaient plus de temps aux participants (entre 1 et 4 semaines), le contexte est sensiblement moins commenté que dans les autres expérimentations. Ceci suggère peut-être que le protocole d'expérimentation encourageait les participants à se focaliser de plus en plus sur l'objet, et de moins en moins sur l'environnement.

Il est à noter également que la plupart des expérimentations se passait "*in situ*" et il est possible de ce fait, mais pas prouvé, que les participants ne sentaient pas la nécessité de parler de l'environnement dans lequel se trouvaient les objets.[837]

L'échantillon codé à partir des réponses en Ex1 est trop petit pour avoir un résultat autre qu'indicatif si nous considérons de temps de possession des objets, par rapport aux commentaires sur le contexte. Il montre néanmoins plus de commentaires en lien avec le contexte/réseaux pour des objets possédés pour 2 ans ou moins (6 personnes sur les 8 dans l'échantillon), et en deuxième place pour les objets possédés depuis 20 ans et plus (6/10) et sensiblement moins pour les objets possédés entre 3 et 16 ans (4/14).[838]

Dans une étude Finnoise sur les relations aux objets dans les récits de journaux sur la vie de tous les jours (Rinkinen et al., 2015) les objets usuels commentés "*simultaneously exist as elements in a flat 'background', as dynamic components of ongoing action, and as sites and*

---

[836] La question de l'importance des réseaux d'objets étaient abordé dans une question optionnelle à la fin des probes (Ex8), mais étaient choisie directement par une seule participante.

[837] En termes de pourcentage de commentaires en lien avec le contexte comme défini dans ce chapitre (lieu/environnement physique et/ou réseaux/liens avec d'autres objets) nous pouvons noter; Ex1 (6,6% des 288 extraits codés thématiquement dans l'échantillon des 22 réponses les plus détaillées), Ex3 (4,3% des 444 extraits codés thématiquement à partir des 36 réponses codées), Ex7 (2,6% des 154 extraits (thèmes principaux) issus des 51 réponses codées). De ces trois expérimentations, seulement l'Ex3 n'était pas "*in-situ*".

[838] Il serait possible d'explorer ici une différence de présence du contexte en lien avec les étapes de vie avec l'objet, par exemple dans les phases de ownership/mature ownership (voir par exemple Ball & Tasaki, 1992)

vectors of judgement and evaluation". Les auteurs de cette étude commentent que les objets "*are drawn out of the background (in which they figure as part of the context or environment)… become topics of immediate attention, and … sink into the background again.*" L'objet devient présent (surtout pour des actions et pratiques) et peut être commenté et évalué. En même temps il est séparé de son contexte et "*background*". Ces deux extraits de la conclusion de Rinkinen et al. suggère deux états, l'objet dans l'action et l'objet fondu dans son environnement, le "*background*". Ils commentent, en citant aussi Highmore (2002) que

> *…descriptions of the day are typically fragmented: episodes are presented with little reference either to spatial context or to factual temporal sequence. In general, diarists do not provide elaborate causal narratives, nor do they stray far beyond the immediacy of the moment. Things simply exist – and are simply engaged within the responsive, instantaneous 'time' of the everyday…*

En accord avec Rinkinen et al., il y a peu de référence dans nos études au contexte spacial mais, comme dans les journaux étudiés pour cet article, il y a des références à des ensembles et groupes d'objets.

Une forme d'évocation d'ensembles présente dans les récits et expérimentations (surtout en **EX3**; les inventaires) semble sortir du cadre des questions posées. Tout en sachant que l'expérimentation concernait une liste de 5 à 10 objets singularisés et spécifiques que la personne comptait garder, un certain nombre d'objets commentés (plus de 10% des 268 objets illustrés et commentés) sont des groupes d'objets: des livres, une collection de tasses, des plantes. Thomas (2006) rappelle l'explication de Heidegger que chaque objet "*is always part of an equipmental totality…Our everyday understanding is of totalities…*" Dans les exemples ci-dessus dans nos récits, il semblerait que 'l'objet' est plutôt un ensemble ou totalité, ma collection de tasses, mes livres, mes plantes.

Une autre forme d'évocation d'ensembles d'objet était peut-être plus surprenant encore étant donné les consignes. Il s'agit ici encore d'objets qui ne sont pas extraits du groupe ou ensemble. Ce deuxième cas concerne des objets choisis qui sont des 'catégories' d'objets, plutôt que des objets spécifiques. Dans les récits certains exemples sont des objets jetables (coton tiges, cigarettes), des consommables (des briquets et des stylos) mais aussi des objets a priori plus pérennes comme des chaussures de sport (*sneakers*) et des tasses et mugs. Pour une partie des participants de l'**EX3** (10%) l'ensemble des objets commentés sont des catégories plutôt que des objets spécifiques. 16 personnes sur les 36 ont mis une ou plusieurs catégories (plutôt qu'objets spécifiques) dans leurs inventaires. Sur le total de 268 objets commentés, 20% sont des

catégories. Il s'agit de choses ou même de "*stuff*" que les personnes apprécient et gardent, mais pas d'objets identifiables ou dissociables en tant qu'entités spécifiques[839].

En final, dans les discussions autour des inventaires[840] (**EX3**), certains de nos participants ont commenté que leur sélection d'objets aurait été très différente selon le moment de l'année (vacances ou année universitaire) ou leur logement (familiale ou d'étudiant). Nos protocoles de recherche n'ont pas permis d'approfondir ce point.

Dans ce chapitre les thèmes autour du contexte concernent d'une part le contexte spacial de l'objet; ce qui entoure l'objet, (son environnement et le lieu dans lequel il se trouve) et, d'autre part, les réseaux et liens autour de l'objet. Il est intéressant de savoir si et de quelle manière ce qui entoure l'objet, au-delà de son utilisation directe, est un composant de la relation et de sa pérennité. Ci-dessous les principaux thèmes émergeants de nos expérimentations sont listés et détaillés.

L'influence sur son contexte spatial

L'incipit du chapitre 3,5 concerne une carafe "qui est tout le temps sortie", et que la participante, ***M***. identifie dans sa description à distance des objets de sa cuisine. Dans la deuxième conversation, in-situ, et en regardant la carafe sur la table, ***M*** commente que l'objet et sa couleur apporte "une présence" dans sa cuisine. Une partie des commentaires relevés en rapport avec le contexte spacial des objets concerne, comme ici, ce que l'objet apporte à son environnement. Le contexte est commenté parce-que l'objet y apporte quelque chose. Dans l'**EX6**, des illustrations et récits sur des objets jetables conservés, plusieurs commentaires évoquent le contexte de l'objet de cette manière. Trois membres de la cohorte décrivent des bouteilles conservées[841] tous un peu de la même manière. La relation avec l'objet est décrite avec plusieurs facettes/composants avant d'évoquer une utilisation principale, comme carafe, comme vase pour fleurs…et d'évoquer l'objet en tant que décoration et présence dans la pièce.

> "Maintenant elle est dans ma chambre et elle me sert de support pour mes casquettes…Mais même si elle prend beaucoup de place je préfère la garder en tant qu'objet de décoration"[842]

---

[839] Ce thème est abordé aussi dans le chapitre 3.5.3, car relevant peut-être du statut du matériel dans les relations, et aussi de la notion de "Stuff" (voir par exemple Markosian, 2015)

[840] Une partie du cohorte pour l'Ex3 était invité garder leur inventaire, complété en classe et donc loin du plupart des objets dessinés et annotés, pendant une journée, pour le commenter rétrospectivement in situ.

[841] Les bouteilles d'alcool étaient la famille d'objets le plus représentée dans cette expérimentation (5 sur 37 réponses).

[842] La bouteille en question est un 'réhoboam' de vin rouge, d'un volume de 4,5 litres, donc un hauteur de plus de 50cm.

Comme pour la carafe, on pourrait aussi voir ici une forme de justification d'exposer les objets en question. Dans le cas des bouteilles, cela pourrait être une justification pour avoir gardé un objet "à jeter". Le fait de définir une place pour l'objet est peut-être important dans le cas d'objets recyclés.[843]

Ici, dans l'ensemble des cas, l'objet est conceptualisé dans un contexte d'action et de façon visuelle pour les participants. Il s'agit aussi de récits en présence de l'objet, en regardant l'objet dans son environnement. Le fait de regarder ou contempler l'objet permet peut-être de "voir" aussi ce qui l'entoure.

Un miroir (de grande taille, mural) commenté dans un inventaire, **EX3**, est intéressant car la participante a choisi cet objet à distance, parce-qu'il "apporte de la chaleur à ma chambre". Après avoir ramené son inventaire chez elle (voir note en bas de page précédente), la personne commente qu'elle ne le regarde jamais mais note le cadre en bois qui donne de la chaleur à l'environnement. L'objet est dans le background, comme noté dans l'étude de Rinkinen et al., sans y être 'fondu' complètement. Il semble s'agir ici d'une forme de présence, mais qui est surtout ressenti (conceptualisé?) à distance par la participante comme composant visuel de sa pièce.

Un contexte spatial spécifique, proche ou général (créé)

La deuxième partie des commentaires relevés en rapport avec le contexte spacial des objets concerne des descriptions, quoique très succinctes, du lieu spécifique ou se trouve l'objet.[844] Pour un sécateur, son propriétaire commente qu'il "tient une certaine place dans la caisse à outils de jardin…[elle] sait toujours où il est placé". Deux participants **EX6** commentent des meubles fabriqués à partir de palettes, (dans un cas une table basse et dans l'autre un canapé/assise) leur utilisation mais aussi leur place dans les pièces où ils se trouvent. Pour une vieille paire de bottes en caoutchouc, le contexte plus large est celui où elles ont trouvé une nouvelle utilisation "elles sont idéales pour la ferme". Dans chacun de ces exemples le contexte relève aussi d'un procédé de domestication (Silverstone, 2006, voir chapitre 2,7): la "façon dont un nouveau produit (se) trouve une place "écologique" dans le système matériel et social du foyer", pour améliorer et/ou sécuriser la vie de tous les jours, avec de l'effort individuel. Il s'agit, dans les exemples ci-

---

[843] Dans un essai sur le "Clutter" (Baker, 1995, op cit) l'auteur fait le rapprochement entre *clutter* et la définition de "*dirt"* de Mary Douglas "*matter out of place*", et ainsi une contravention d'ordre. Les déchets devenus objets de décoration ne doivent pas être "*matter out of place*", donc ils doivent avoir une place bien définie.

[844] En anglais on serait tenté d'utiliser l'expression "*where it lives*", comme dans la question en faisant du rangement "*where does this live*?"

dessus, de contextes et places trouvés par les participants, de petites adaptations personnelles. Il faut noter aussi que ces contextes spaciaux sont d'échelles très différentes.

Le concept de domestication de Silverstone contient aussi une dimension importante de temporalité. S'il précise que s'il s'agit de choses qui contribuent à stabiliser la vie quotidienne, il ne faut pas pour autant les considérer comme statiques. Deux exemples issus également de l' **EX6** montrent à la fois la notion d'efforts et adaptations individuelles, mais aussi de contextes et d'une temporalité limitée, autrement dit, les contextes physiques ont aussi (forcément) une dimension temporelle. La solution pour les pièces de monnaie dans la voiture (une petite boite en plastique de chewing gum) trouvée par une participante va durer selon elle "jusqu'à trouver quelque chose de plus esthétique mais tout aussi pratique", et des pots de crème brulé de la marque "Bonne Maman" utilisés en cendriers pour des fêtes "resteront aussi longtemps que notre collocation durera".

Ce qui accompagne l'objet

Une troisième façon dont le contexte est évoqué dans les récits comporte des aspects du contexte spatial mais il s'agit surtout d'ensembles[845]. (Wakkary & Odom, 2015). Dans les raisons données pour une relation durable avec une théière, **EX1** , la participante évoque les moments passés seule allongée sur le canapé et également quand elle regarde la télévision à côté du cheminée avec son mari et ses fils.[846] Une participante, **EX3**, commente sa grande collection de mugs en lien avec son amour de bon café et ses rituels de café chez elle. En **EX6**, un étudiant commente les deux grandes bouteilles de vodka, conservées "après une très bonne soirée. Elles sont aujourd'hui utilisées comme presse-livres sur mon bureau. Leurs grandes volumes…une fois remplies d'eau permet de me garantir un poids suffisant…". En **EX8**, une question facultative invitait les participants à commenter "…un groupe d'objets que vous mettez toujours ensemble ou qui font vraiment sens ensemble." Seulement une personne sur les six a répondu à cette question. Notre échantillon est trop petit pour en tirer des conclusions sur ce point, mais comme nous avons évoqué plus haut, il semblerait qu'il n'est pas évident d'envisager (et de commenter) des objets avec leur réseaux et environnement.

---

[845] "an ensemble is a dynamic collection of social and material elements within an environment that can become increasingly unique and nuanced over time."

[846] Cette participante fait partie des personnes re-contactées deux ans après leur premier entretien, et elle confirmait ce choix d'objet (comme étant une relation durable) et des raisons évoqués. En re-confirmant ses commentaires précédents elle mentionne que l'objet est associé aux rituels de relaxation, qu'il la représente. En regardant l'objet elle apprécie ses formes douces, arrondis, zones de couleurs, motifs décoratifs, en le touchant elle commente les formes, sa texture lisse, et en l'utilisant elle remarque son poids et sa chaleur.

Représentants, "stand-ins"

Dans les commentaires qui évoquent les 'réseaux' autour des objets, un dernier thème concerne les objets qui sont commentés mais qui semblent surtout être une forme de doublure pour un autre objet faisant partie du même réseau ou pratique. Dans **EX7** une participante commente deux objets, une boîte à bijoux et une grille-pain. Pour la boîte à bijoux, les commentaires évoquent finalement plus les bijoux que la boite. Pour la grille-pain il est surtout question des tartines et leur odeur qui sont très importantes dans les matinées de la participante. D'autres exemples peuvent être vus comme des formes de raccourcis, un sachet de thé est illustré pour représenter le thé du matin, et un casque de moto est commenté pour évoquer la moto reçue en tant que cadeau dont le casque constitue une petite partie[847]. Dans chaque exemple, et dans d'autres relevés dans les expérimentations, il s'agit d'ensembles, dont l'objet choisi ne semble être qu'un représentant inférieur. En d'autres termes l'objet choisi ne semblent pas être l'objet central de l'ensemble. Il est question chaque fois de l'objet qui est le plus manipulé pendant la pratique et qui donne accès à la pratique.

[847] Le choix de l'objet peut aussi éventuellement s'expliquer par la facilité d'illustrer le petit objet plutôt que l'objet plus grand et complexe.

3.6.2 Qualités visuelles (*looking/not looking?*)

"quand j'ai aperçu un sac dont la forme, la couleur, la silhouette…j'ignore quels mots peuvent définir un sac…m'ont touché par leur beauté[848]*"*

Quels mots? Quelle forme? Quelle silhouette? Quelle couleur? Dans le livre de J.C.Kaufman il est beaucoup question de secrets, du toucher, du symbole, de l'intérieur du sac (des femmes), du contenu, mais il y a très peu de commentaires sur les aspects visuels des sacs et sur leur matières. Dans le cas du livre de Kaufman, il n'est pas clair si cette omission vient d'une sélection de l'auteur ou de ce que les femmes de son étude ont voulu mettre dans leurs récits.

Dans le cas de nos expérimentations, nous constatons aussi la rareté de commentaires sur les aspects visuels des objets. Les commentaires sont abstraits et généraux sur les aspects visuels et ne se penchent peu sur les détails, les matières et les surfaces.[849] Le nombre d'extraits relevés dans les expérimentations en lien avec l'apparence est néanmoins plus important que ceux en lien avec le contexte. Il reste toutefois inférieur aux autres composants

Comme pour l'évocation du contexte dans les récits, les qualités ou les aspects visuels des objets nous donnent des résultats ambigus et qui soulèvent beaucoup de questions. De ce fait, dans ce chapitre les observations soulevées par des récits sont notées ci-dessous avant d'évoquer les quatre thèmes utilisés comme codage pour ce composant.

Une première observation concerne des descriptions de qualités visuelles des objets évoquées ci-dessus. Des descriptions *visuelles* n'étaient pas demandées précisément dans les expérimentations, mais pour les probes (**EX8**), jour 5, les participants devaient écrire "une description[850] détaillé de l'objet (insignifiant) choisi" avec l'objet devant eux, à la deuxième personne, en forme de lettre[851]. ***K*** commence avec:

---

[848] Kaufman, 2011, p104, citation d'une des personnes qui a commenté son sac pour le livre "le sac"

[849] Une explication peut venir de l'incipit "j'ignore quels mots". Il y a peut-être une manque de vocabulaire ou une manque d'entrainement à s'exprimer sur les qualités visuelles et matérielles.

[850] Il est possible que la notion de description pour l'auteur de cette recherche est compris dans un sens plus visuel qu'à l'habitude, par déformation professionnelle. La définition Larousse (https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/description - accédé, aout 2018) est: 1) Action de décrire, de représenter, d'exposer, de faire l'inventaire : *La description du mobilier d'un appartement,* 2) Développement écrit ou parlé, par lequel on décrit quelque chose, quelqu'un : *Faire la description d'un jardin,* 3) Passage d'une œuvre où l'auteur décrit la réalité concrète, les personnages ou le contexte dans lequel se situe l'action. Sections soulignées par l'auteur.

[851] La forme de lettre adressée à un objet suit une méthode de User research initié par Smart Design, testée lors de plusieurs projets avec des cohorts d'étudiants. Cette forme de récit semble faciliter des descriptions…

> "Mon stylo-pilot noir, je te regarde aujourd'hui avec un peu plus d'intérêt. Tu es à la fois l'invisible et l'indispensable…"

mais la reste de sa "lettre" ne fait aucune mention de l'apparence de l'objet. Elle commence sa lettre avec le fait de regarder l'objet, mais finalement ne fait pas de mention de ce qu'elle voit.[852] Sur les cinq autres "lettres" dans le probes, seulement ***H.*** décrit en détail l'apparence de l'objet, un bougeoir[853]. Elle commence sa description avec "Je t'ai choisi dans une brocante…" et elle la finit en disant que ces aspects physiques sont ceux qui lui a séduite au moment de l'achat. Les qualités visuelles sont regroupées avec le moment de séduction en début de relation.

B, L et ***R*** décrivent une partie des attributs physiques des objets dans leurs récits. ***R*** commente la largeur de lame du couteau de cuisine et, en partie, sa forme mais pas sa matière, ni la matière ou la forme de la manche. Des bottes décrites par ***L*** sont mi-hautes, plates, en cuir, mais la photo qui accompagne le texte montre des détails et des boucles assez marquants qui ne sont pas commentés. Ces détails notés par ***R*** et ***L*** sont autant de détails ressentis que de détails vus. La tasse décrite par ***B*** a une "contenance idéale. Les dessins noirs sur fond blanc sont harmonieux - Ethnique" mais la matière, la forme ne sont pas commentées. Dans le dernier récit, de ***A***, aucun détail n'est donné sur l'aspect visuel de la petite sculpture commentée, à part le nom de l'objet qui décrit ce qui y est représenté.[854]

Le cas des descriptions dans l'exercice des probes (***EX8***) est à noter comme étant la situation dans nos expérimentations le plus propice à des descriptions visuelles. Il semblerait ici qu'il n'était pas naturel ou facile pour les participants d'évoquer les aspects visuels des objets. Nous ne pouvons pas statuer sur le fait que la pauvreté des commentaires sur l'apparence des objets dans l'***EX8*** ou ailleurs vient des questions d'expression, mais ceci reste une des explications possible.

Comme le commentaire de ***K*** noté ci-dessus, nos questions ont poussé des participants à plusieurs reprises à regarder de nouveau des objets. Dans la phase de test des probes, nous avons constaté que certains objets pourtant touché tous les jours comportaient des égratignures et marques d'usure non remarqués auparavant. Dans la deuxième phase des visites virtuelles ***M*** regarde en détail une horloge accrochée dans sa cuisine:

---

[852] Ceci rejoint peut-être la notion de relation 'infrastructural' évoqué par Shove, 2016, voir chapitre 2,7

[853] "Ta forme haute et cylindrique, ta anse, ta couleur jaune pâle ornée de fleurs peintes à la main déclinées en tons bordeaux, or et ce bleu comme une tâche tombée du ciel…"

[854] "La souris qui fait du vélo", sculpture/bibelot en métal de petite taille

> ***M***…elle va bien avec le meuble, oui, oui et c'est vrai que je n'ai jamais accroché nulle part, j'aurais pu (elle teste l'horloge accrochée sur le vitre/mur). Tu vois, ça ne ferait pas pareil. Ou la, et d'ailleurs elle n'a jamais été…Je n'avais pas vu à quel point elle est très, ouais…
> ***Q***: Elle est très quoi?
> ***M***: Elle est très sale, en fait, je ne l'ai jamais lavée. Marrant, je ne l'ai jamais regardé de près, tu vois. J'ai toujours changé la pile, sans jamais, tu vois…

Pendant la deuxième discussion avec ***G.*** (**EX5**) elle commente aussi un objet en remarquant son état: "…c'était le cadeau d'une copine et, (en le regardant) et c'est un peu cassé, c'est un peu cassé mais, et il faut que je le lave aussi…" Dans ces deux exemples, il s'agit d'objets utilisés et/ou présents quotidiennement, mais qui ne sont plus vraiment regardés. Si ces objets sont enregistrés en tant qu'images mentales[855] qui sont réactualisées, ce processus de réactualisation ne semble pas être très visuel pour ces objets usuels. En tout cas il n'est pas traité avec un niveau de détail très poussé[856]. Les objets commentés sont marqués positivement mais "enregistrés" de façon plutôt succincte.

En dehors des objets peu regardés et redécouverts et commentés dans les expérimentations, il y a un nombre d'objets qui reste presque invisibles. Dans les récits à distance (**EX5**), certains objets arrivent très tard dans l'inventaire de ce qui se trouve en vue dans la cuisine. Chez les trois participantes un certain nombre d'objets pourtant assez importants et appréciés sont oubliés[857]. Il est à noter que parmi les objets "oubliés" ou pas remarqués, il y a des objets communs. La rareté de ces résultats ne peuvent servir que d'une illustration, mais restent néanmoins intéressants. ***G*** commente sa radio seulement après avoir fini son inventaire de tout ce qu'elle remarque et apprécie dans sa cuisine, pourtant quand elle est relancée dans la discussion "Ah oui, il y a la radio, très importante, qu'on, ou moi j'écoute que la radio quand je cuisine et le matin…" Dans le cas de ***M***, la radio[858] n'est pas du tout mentionnée dans la visite virtuelle, même si par la suite c'est décrit comme:

> "l'objet phare de la cuisine…Et elle a ce joli bruit que j'aime bien (en le touchant), et elle a un super bon son. On la met toujours…

---

[855] (voir par exemple, Antonio Damasio, *The Feeling of What Happens, body, emotion and the making of consciousness*. Vintage Books, London, 2000, p318 - 321 + Damasio A. *Self Comes to Mind, Constructing the Conscious Brain*, Vintage Books, London, 2012, p174 - 185

[856] Damasio (2012, p174 note que "only a small number of images can be displayed clearly at any given time because the image-making space is so scarce: only so many images can be active and thus potentially attended at any given moment." [il s'agit de representations, images mentales, pas forcement visuelles].

[857] Dans l'entretien de l'exercice 5, nous avons demandé aux participant d'entrer virtuellement dans sa cuisine, et de commenter ce qu'elle voit. Le "scan" visuel demandé n'a finalement pas l'air d'être très visuel. Il faut noter, bien-sûr, que le contexte n'est pas très contrôlé. Il s'agit d'une discussion/conversation libre plutôt qu'un interview/entretien structuré et/ou en laboratoire.

[858] comme pour ***G,*** il s'agit d'une poste portable, posé et donc tout à fait visible, de très grande taille dans le cas de ***M***, et de taille moyenne pour ***G***.

(elle met la radio pour montrer le son - effectivement très clair…)

> Et donc c'est un objet hyper important parce-que, en fait on écoute toujours la radio pour cuisiner et, comme tout le monde, le matin, on allume cette radio…"

Pour les radios, on peut comprendre qu'il s'agit d'objets "enregistrés" par d'autres sens que la vue et que ceci peut expliquer leur oubli. Pour les autres objets oubliés, il s'agit quand-même d'objets normalement regardés lors de l'utilisation. ***G.*** et ***J.*** n'ont pas commenté les balances dans leurs cuisines, (tardivement dans l'inventaire pour ***J***, et seulement dans le deuxième entretien pour ***G***, pourtant elle commente que c'est un objet qu'elle "utilise pas mal". Dans les deux cas, il s'agirait d'objets appréciés, mais sans plus.

Une autre catégorie d'objets oubliés dans les trois premiers entretiens est celle des planches à découper. Pour ***G*** et ***M***, il s'agit d'objets auxquels elles ne sont pas spécialement attachées, mais pour ***J*** il s'agit en fait d'objets qu'elle semble apprécier, et qui ont des histoires qui comptent pour elle. Si les niveaux d'attachement des participantes diffèrent sur ces trois familles d'objets, nous notons néanmoins que les mêmes objets sont restés invisibles dans les trois récits.[859]

Dans notre étude il semble y avoir une confirmation que les objets ont tendance à devenir progressivement invisibles. Dans le commentaire de ***H,*** ci-dessus, les aspects visuels du bougeoir avaient de l'importance en début de relation, au moment de l'achat. Ce point est confirmé par une étude par Fenko et al (2009)[860] où leurs résultats montrent une diminution rapide de l'importance de la vision dans les relations aux objets dans le premier mois de possession. Les auteurs commentent que la vision permet de collecter le plus d'information sur un produit dans un temps réduit, d'où son importance au moment de l'achat. L'étude de Fenko et al. concerne les relations aux objets[861] pendant la première année de possession. Dans un traitement longitudinal des résultats de l'**EX1**, les relations aux objets triées par rapport au temps de possession (**EX1**) sur un échantillon de 44 personnes, montrent une nette différence surtout à partir de 10 ans de possession. Sur les objets possédés pour 10 ans et plus, 7 des 18 commentaires évoquent l'apparence en tant que composant de la relation, or pour les objets possédés pour moins de dix ans, seulement trois des 26 commentaires n'incluent pas des commentaires pour ce composant.

---

[859] Nous pouvons noter que les objets "invisibles" semblent tous être des objets statiques lors de leur utilisation, même si il peut y avoir à priori des actions de nettoyage/rangement avant et/ou après l'utilisation.

[860] Fenko A.,Schifferstein HN.J. & Hekkert P. (2009). Which senses dominate at different stages of product experience? In: Undisciplined! Design Research Society Conference 2008, Sheffield Hallam University, Sheffield, UK, 16- 19 July 2008.

[861] Le cohorte pour leur étude est des étudiants en Master de design. Les objets, très variés, choisis par leur cohorte sont très proche de ceux de notre étude.

Une dernière observation paradoxale concerne des détails visuels fort des objets non-commentés. Dans les expérimentations **EX3** et **EX7**, basées sur des illustrations commentées par la cohorte, il est notable que des détails marquants représentés dans les dessins des produits ne sont pas forcement commentés à l'écrit. Il est possible que le fait de dessiner un détail fort ou décoratif enlève la nécessité de la commenter mais, pour ces cohortes d'étudiants en design, le fait de ne pas beaucoup commenter les détails visuels forts des objets peut aussi surprendre. Ceci peut confirmer l'observation ci-dessus: il n'est pas forcément évident ou naturel de décrire les qualités visuelles des objets, même pour des jeunes designers.

Nous avons relevés quatre thèmes principaux dans le composant "*looking*" en dehors de ces nombreuses observations autour de la visibilité ou invisibilité des objets et peut-être la difficulté ou le manque d'habitude de s'exprimer sur l'apparence des objets usuels.

Le style, apparence générale

La façon dont l'apparence (comme composant de l'attachement pérenne) des objets est évoquée dans les récits est dans la plupart des cas très succincte et ressemble à des ressentis très généraux. La majorité des commentaires sont des jugements de valeur assez simples. Beaucoup de commentaires sur l'apparence restent sous des formes très succinctes comme "*it looks nice*" (pour une tondeuse à gazon), "esthétiquement agréable", "esthétique séduisant" (pour des lunettes et une casque audio), "il est beau" (pour un fusil de chasse). Beaucoup plus rarement, ces jugements sont reliés à la personne, comme "il me plaît esthétiquement" (pour un sac à main), ou pour une paire de boucles d'oreilles "j'aime leur simplicité". D'autres commentaires en forme d'appréciation semblent tenter de minimiser l'importance de l'aspect visuel de l'objet; "en fait, je ne la trouve pas vraiment belle, ni laide, mais elle est bleue, et j'ai toujours aimé cette couleur…" (pour une tasse pour le café quotidien). Ou pour une trousse à crayons: "*it's so ugly and damaged, but I can put so many things inside*". Ou encore, un bracelet porté tout le temps et que la participante compte garder longtemps: "*it looks like a child's bracelet made out of plastic beads*".

Du coté des descriptions des aspects physiques des objets il y a une majorité de commentaires pour décrire les objets simples, discrets, minimalistes: pour une manette de jeu: "*its appearance looks very simple but nice*" ou pour un club de golf: "*it has a simpler shape than the other clubs*". Les mots qui reviennent très majoritairement sont 'simples', 'sobres' et 'épurés'.

Un nombre très réduit de commentaires détaillent un aspect physique précis. Dans ce dernier groupe, il s'agit, la plupart du temps, d'un seul détail et beaucoup plus rarement de plusieurs

détails de l'apparence de l'objet. La brillance du métal d'un porte-clefs est soulignée deux fois mais la valeur de cette qualité est aussi une fonction, permettant de retrouver l'objet facilement. Un pèse-personne est: "…rond, cela représente la douceur. Il est épuré: ce qui représente la simplicité. De plus, il est transparent donc il peut aussi passer inaperçu". Pour des lunettes de natation: "*Unusual lens colour, neat and pro-looking*". Comme dans les exemples ci-dessus, les détails visuels appréciés et commentés sont la plupart du temps également justifiés par un symbole ou une fonction.

Il y a très peu de descriptions détaillées des aspects visuels des objets. Une exception intéressante à commenter est une écharpe: "*The design is a mountain landscape with little people all around trekking, walking, rock-climbing. They are wearing mountain clothes from the beginning of the 20th century. Colours are blue, red, green and light brown*". Dans ce cas, les aspects visuels de l'objet ne sont pas présentés par la participante comme des raisons de son attachement même si le commentaire semble suggérer un plaisir de contemplation, comme le bougeoir en début de chapitre. De façon générale, les aspects visuels ne sont pas placés en haut de la hiérarchie de raisons données d'attachement.

Mon style, comme moi

Un petit nombre de commentaires donnent comme raison d'attachement la notion d'un objet qui visuellement a un lien avec le style ou la personnalité du participant. Un sac a "un style identitaire", et un autre est choisi "*because it represents his personality*". Des lunettes sont appréciées car "la forme et les strass sont vraiment des choses que j'adore. Elles ne sont pas forcément très originales mais c'est finalement ce qui me plait…Je pense que celles-ci sont celles qui me fallait". La rondeur et douceur de la pese-personne cité ci-dessus font que "cet objet me correspond". Les résultats d'une des études sur l'attachement par Mugge (2008, p80-83) suggèrent que les personnes vont devenir plus attachées aux objets considérés comme plus congruents avec leur personnalité mais elle signale que ce déterminant n'est potentiellement pas pérenne car lié aux évolutions de l'image de soi.

Unique, originale

La notion d'originalité n'était pas gardée comme déterminant à part car la quasi-totalité des incidences de ce déterminant concernaient l'aspect visuel des objets. Pour l'écharpe commentée ci-dessus, l'originalité ("*the design is unique*") de l'objet est le deuxième raison la plus importante pour la participante (sur neuf listés), en huitième "*it's beautiful*" et en neuvième "*it's*

precious". Des commentaires sur un sac à dos relient la notion d'originalité avec le point précédent: "il y a des fleurs dessus mais qui font pas trop *girly* du coup j'aimais bien, et il y avait pas trop de gens qui l'avait, et même j'ai jamais vu personne avec". Comme la congruence de style, les raisons en lien avec l'originalité sont présentes dans notre étude, mais pas en grand nombre.

La (bonne) couleur

Comme pour les autres aspects visuels commentés ci-dessus, la couleur des objets est mentionnée comme raison de l'attachement généralement de façon très succincte et par une minorité de participants. Dans certaines réponses il s'agit d'une belle couleur, mais qui n'est pas spécifiée, ou qui vient dans un deuxième temps dans l'échange. Un carnet est "Très coloré, petit, facile à emmener dans mon sac" et, en toute fin de récit, la participante ajoute: "il est jaune-orange, des couleurs chaudes". Dans de rares cas, et comme pour les commentaires de la matière des objets, la couleur est classée comme premier composant, pour un stylo "*its colour (Red is my favourite colour*", et pour une porte cartes "j'adore sa couleur. Il est en cuir kaki patiné avec le temps". La couleur dans les récits a une présence très irrégulière dans l'ensemble des expérimentations. Elle constitue un point très important dans un petit nombre de récits et demeure absent dans la très grande majorité.

Dans les visites virtuelles **EX5**, les couleurs semblent invisibles dans la première description/ entretien. Et même dans les entretiens in situ, il y a très peu de mentions de couleurs. Pour les trois participantes juste un objet plutôt très apprécié dans chaque entretien est aussi décrit en termes de sa couleur (un pot à ustensiles décoré par un de ses enfants, une jolie assiette avec une histoire, une carafe en céramique…).

Une décoration

Nous pouvons constater un nombre assez important d'objets parmi les sélections comportant des décorations et des motifs. Comme noté en introduction, dans certains cas la décoration est seulement dessinée et non commentée, et dans plusieurs cas la décoration est commentée de façon très générale, de la même manière qu'évoqué déjà pour le "style" des objets. Un mug a un "*good pattern*", une crème de mains a une "déco sympa" ou une écharpe "*colourful, with patterns*". Quand la décoration est décrite, les descriptions restent très sommaires: "*I like the blue colour and marble pattern*" (mug), un autre mug a des "motifs peints à la main", un verre promotionnel décoré avec des flamands en silhouette (selon l'illustration) est un "*Flamingo*

cup", un nom plutôt qu'un commentaire sur le motif. Dans **EX5** des détails très décoratifs chez ***M.*** remarqués et commentés par l'interviewer, ne semblent plus être remarqué par la participante,

Les motifs et décorations semblent faire partie de l'identité des objets commentés, car étant présents dans les illustrations, et/ou évoqués succinctement, mais ne sont pas détaillés dans les récits écrits. Comme pour la couleur, le motif fait partie de "l'étiquette" de l'objet mais n'est peut-être pas ou plus vraiment regardé. Il est à noter que la majorité des cas de commentaires sur les objets décorés suivent la forme "il a une décoration" plutôt que "la décoration est…"[862]

En conclusion, un nombre de points relient les composants de contexte et d'apparence. Les deux composants semblent faire partie du "*background*" dans l'expérience de tous les jours, et les deux sont en lien avec la perception visuelle plutôt que tactile ou proprioceptive[863]. Egalement pour ces deux composants, en dehors de la question de l'invisibilité et probablement l'invisibilité progressive dans la relation, l'expressibilité (par récit écrit comme à l'oral) semble avoir une incidence sur leur présence en tant que composants.

[862] La forme du récit est plus "quoi" que "comment", plus identité et nom que description.

[863] un point qui relie ces deux composants ((Question du fond et premier plan - objets dans exercice 5 - de quelle manière ils deviennent visible? L'ordre? Le "scan" visuel demandé n'a finalement pas l'air d'être très visuel (bien-sûr pas dans un contexte de test très contrôlé - discussion/conversation libre plutôt que laboratoire). Voir aussi la notion d'objets *unaware* - Wakkary & Odom (2015) et Saskia Bakker, Design for Peripheral Interaction, thèse doctorale soutenu à TU Eindhoven, NL.2013. Dans cette dernière étude, l'auteure explore les possibilités d'interactions avec des nouvelles technologies à la périphérie de l'attention, des technologies calmes. Elle propose surtout des modalités d'interaction par mouvement physique, et des interactions auditives et les deux en combinaison.

3.7 Conclusions des expérimentations

The investigator of nature should take heed not to reduce observation to mere notion, to substitute words for this notion, and to use and deal with these words as if they were things.[864]

La citation ci-dessus (J.W Goethe, *Zur Farbenlehre*, 1810) met en garde contre le fait de trop réduire les observations ou de les traduire trop rapidement en notions puis en choses. Durant la phase d'expérimentation nous acceptions la complexité des relations étudiées. Ceci impliquait, a priori, de ne pas ensuite opérer des synthèses trop importantes qui pouvaient empêcher aux résultats d'illustrer et d'éclairer cette complexité. La phase d'expérimentation avait pour but d'aider à comprendre les mécanismes qui contribuent à la pérennité des relations du quotidien avec les objets ordinaires. Le parti pris était d'interroger les relations plus pérennes déjà existantes avec les objets usuels dans la vie de tous les jours. Les relations aux objets sont questionnées essentiellement in-situ, dans l'environnement domestique.

Pertinence méthodologique

Les méthodologies dans cette étude sont inspirées de la recherche dans les pratiques actuelles du design. Pour tenter de mieux comprendre la probable complexité des relations longues avec des objets usuels, nous avons adopté des pratiques du design une approche divergente[865]. Cette approche employée dans la troisième section de cette étude et, d'une certaine façon, dans l'ensemble de ce travail ne génère pas forcement un modèle synthétique. Ce qui peut éventuellement lui être reproché.

Ce travail ouvre certainement autant de questions qu'il n'en résout. C'est une des premières conclusions que nous devons faire. Nous pouvons espérer que malgré ces défauts, l'approche employée a du sens pour le contexte abordé et sa complexité. Pour rappel, notre approche est influencée par plusieurs domaines; la recherche dans les pratiques du design, l'anthropologie, l'ethnologie de la culture matérielle et la post-phénoménologie. Au-delà de la volonté de donner à voir la complexité et de garder une approche divergente, nous avons essayé d'éviter que nos

---

[864] Cette citation vient du Theory of Colors, de J.W.von Goethe, dans la traduction de C.L. Eastlake, MIT Press, 1970, cité par Arthur Zajonc, Goethe and the Phenomenological Investigation of Consciousness, in Toward a Science of Consciousness III – Stuart R. Hameroff, ed., MA: MIT Press, January 1999

[865] voir Gaver, 2012, et note en introduction à cette section.

hypothèses deviennent des dogmes. Nous avons privilégié l'engagement avec notre sujet et les observations "ordinaires"[866].

Les conclusions des expérimentations peuvent se diviser en trois grandes familles; des conclusions autour des dispositifs de recherche et méthodes, les conclusions autour des composants identifiés dans les relations plus longues et les thèmes transversaux qui se dégagent de notre recherche. Ce chapitre sur les résultats se conclue avec une discussion sur l'illustration provisoire des composants en forme de cartographie.

L'approche pour les expérimentations était, en partie, exploratoire avec des itérations et des améliorations apportées au fur et à mesure de l'avancement. Ainsi les dispositifs de recherche ont pu être adaptés afin d'apporter plus de compréhension sur les points manquants. Nous commençons les conclusions par des observations sur ces dispositifs de recherche, de certains points marquants à retenir et des limitations dans ces dispositifs. Nous indiquons ensuite les dispositifs les plus aptes à être réutilisés dans le cadre des recherches sur les relations plus longues avec des objets du quotidien.

[866] Ce observation ordinaires venant de nous mêmes mais aussi de la participation active de nos cohortes.

3.7.1 Observations sur méthodes

"*Lorsque je regarde l'objet, j'y vois toutes les choses que j'y ai écrites, tout ce passé qui peut être joyeux ou malheureux. J'y vois une sorte de vieil ami que l'on aime bien et qui nous fait sourire sans aucune raison. Lorsque je le touche, je me rappelle des heures que j'ai passé à griffonner dedans. La texture du papier, de la couverture, et même son odeur ! Lorsque je l'utilise, le fait d'écrire me calme toujours et me fait du bien…*"

Cet extrait vient d'un entretien approfondi suite à l' **EX1**.[867] Cet extrait, qui raconte une relation avec un carnet très apprécié, n'a rien d'exceptionnel mais illustre, de façon un peu emphatique, les récits collectés lors des expérimentations. Le participant parle facilement sa relation et du plaisir qu'elle lui procure. Ici l'objet est décrit comme ayant une qualité de quasi "*living object*" (Battarbee & Mattelmaki, 2002), un vieil ami, et la matière, les actions et le plaisir sont détaillés[868].

On constate des différences importantes dans la capacité des individus à exprimer leurs rapports aux objets. Des rapports très divergents constituent à la fois des observations intéressantes mais aussi une limitation dans les méthodes employés dans ces études. Une autre limitation illustrée par l'extrait ci-dessus est la singularisation de l'objet identifié par le participant comme objet à garder. Nos expérimentations ne peuvent seulement prétendre donner des informations sur les qualités des relations qu'aux objets qu'on est capable d'identifier comme étant à garder et qu'on regarde ou qu'on voit. Ainsi une mise en garde et limitation générale[869] concerne 1) des différences en capacité d'expression, 2) l'idiosyncrasie des choix, et 3) des choix conscients. Nous notons, ci-dessous, un certain nombre d'observations par rapport aux dispositifs expérimentaux.

Objets peu visibles, modifier le regard;

---

[867] Afin de comprendre si les choix d'objets en Ex1 était réellement des objets pérennes, un certain nombre de participants étaient recontactés entre un et trois ans après leur premier entretien. Le nombre de personnes pouvant être ainsi recontacté à rendu des résultats de cette partie de l'expérimentation peu solides. Les récits comme ceci, d'un objet, avec le recul, jugé pérenne, restent intéressants. Dans ce cas précis, la personne restait sur la même catégorie d'objets, des journaux/carnets, mais un plus récent été jugé un meilleur choix d'objet pérenne. Il s'agit bien, dans ce cas, d'un objet plus pérenne, mais certainement pas un objet "*eternally yours*".

[868] Dans l'exemple ci-dessus, il s'agit d'une personne certainement plus sensibilisée au sujet des relations aux objets car le propriétaire du carnet avait été contacté deux fois et réfléchissait sur les raisons de considerer que cet objet plutôt que son choix précédent était le bon candidat pour représenter un objet 'qui comptent' et relation durable.

[869] surtout en **EX1** et **EX3**, les dispositifs **EX5**, **EX7** et **EX8** tentent d'éviter, en partie, ces limitations

Nos études encouragent à considérer ce qu'on ne regarde pas d'habitude avec le risque de fausser ou de modifier ce regard. En encourageant des commentaires sur les objets plus ou moins invisibles, on change le regard qu'on leur porte. Après **EX3**, une étudiante appartenant à la cohorte qui a pu garder son inventaire pendant un jour pour le comparer in-situ a écrit "*the fact I draw these objects makes me use them and reconsider them.*" ***K.*** (**EX8**) écrit comme commentaire à la fin de sa participation:

> "je regarde les objets différemment. Du coup ils deviennent plus présents. J'interroge la relation que j'ai avec eux. Pourquoi je les aime, pourquoi je les ignore, me sont-ils indispensables, pourrai-je m'en passer,"

Ce commentaire a aussi un lien direct avec le point suivant: ***K.*** décrit clairement ses pensées et s'intéresse à l'exercice qui consiste à réfléchir aux relations souvent peu 'présentes'. Le fait d'interroger ses relations aux objets est souvent jugé inattendu dans les dispositifs, tout en étant commenté positivement, surtout en **EX8.**

Modes d'expression très variés

Si l'exemple en incipit vient d'une expérimentation en forme d'entretien, les différences individuelles sont surtout très marquées dans deux expérimentations en forme de "*self-report*": **EX3**, en forme d'inventaires dessinés et annotés et **EX8**, en forme de réponses à des questions contenues dans un "*probe kit*". Ici les réponses n'étaient pas orientées par la structure des entretiens et les styles (employés pour commenter les relations) divergent de façon très importante. Pour exemple, l'utilisation des déterminants possessifs est systématique pour certains participants, pour l'ensemble des objets, même les plus simples ("Mes (vieilles) clefs de voiture", *my fluffy socks*…) Pour d'autres participants, une partie des réponses prennent cette forme[870]. Pour la grande majorité des réponses cette forme est complètement absente des récits. Dans **EX3** et **EX7** les facilités d'expression à l'écrit sont également très variables. Dans cette cohorte d'étudiants en design, un quart des récits reste des conversations très décontractées et naturelles. Ces récits sont majoritairement succincts.

L'émotion dans les relations aux objets

[870] nous trouvons dans ces récits "ma montre", "ma valise", mon sac, ma collection de livres, mais des machines à café, sèche cheveux, casque audio etc

Des éléments que l'on peut qualifier « d'émotionnels » sont distribués de façon très inégale dans l'ensemble des récits[871]. Ces aspects sont rarement très marqués. Ils sont même, le plus souvent, absents. Des qualités de "personnage" sont également très peu données dans nos études, ce qui semble confirmer que la sélection d'objets commentés est probablement plus usuelle, moins singularisée que dans d'autres recherches.

Facilités, automatismes

Nous pouvons noter une certaine facilité qui semble venir des discours et publicités autour de certains objets: on peut admettre "aimer" par exemple, quand il s'agit de produits de beauté etc. Ceci est particulièrement présent en **EX7**. Il semble que les participants se permettent des expressions fortes, très marquées en termes d'émotion et empruntées des publicités quand il s'agit de rouge à lèvres, de bouteilles de parfum.

Une autre "facilité" semble présente dans ce qui est acceptable en tant que raison pour une relation plus pérenne. En **EX8**, ces raisons "acceptables" peuvent être 1) une durée de relation devenue longue, 2) l'utilité ou 3) le souvenir d'une personne ou d'un lieu.

Gêne/pudeur à raconter des relations aux objets

Nous pouvons noter aussi des cas de malaise exprimés autour de la question des relations aux objets (en lien avec le dernier point de ce qui est "acceptable"). Dans l'**EX8** le mot "fétiches" vient dès qu'on parle de relations aux objets, pour certains participants, comme pour justifier ou pour mettre un nom sur une bizarrerie. Un commentaire relevé lors d'un moment de choix de mug pour le café du matin chez une amie (B) pendant la période de compilation des résultats illustre cette notion de gêne,

A: "*which one do you want*?"
B: "*the orange one*"
A: "*Oh really*?" (car le récipient en question n'a pas vraiment une forme de mug)
B: "*it's nice and big*" et puis "*I just like that one, it must be my autistic side*…"

Il semble qu'il est nécessaire de justifier l'appréciation d'objets banals, de s'en moquer, de s'en excuser. Il peut s'agir de relations que l'on ne veut pas commenter, de façon ouverte. Un

[871] par exemple: "j'adore la sensation de…" ou "*my mug of love*"

participant dans l'**EX3** a commenté ne pas être à l'aise à faire l'inventaire de dix objets. Il jugeait son comportement de "*shopping addict*" et d'être très attaché aux objets inacceptable[872].

Choix d'objets/descriptions de relations

Compte tenu de la volonté de l'étude de se focaliser sur des relations aux objets quotidiens, la notion de choix pose forcément des problèmes. Notre démarche au fur et à mesure des expérimentations était d'ouvrir le champ d'objets pouvant rentrer dans les choix des participants par des dispositifs encourageant des inventaires plus larges.

Temps de réponse

Les **EX3** et **EX8** représentent le plus court et le plus long temps de réflexion pour les participants. Dans le cas de l'**EX3** ce temps est très court et il a eu tendance à créer un style (ou cohérence interne) pour l'inventaire. Pour certains participants, cela devient un inventaire très sensoriel, pour d'autres très fonctionnel. Dans le cas de l' **EX8**, il n'y a pas d'effet de cohérence dans les objets choisis (c'est à dire que les objets et des relations commentés sont très diversifiés). Ceci peut être le résultat du temps donné aux participants ainsi que le protocole qui encourage des réflexions sur des objets différents. Nous noterons que, dans l'**EX8,** le temps de réponse semble modifier le niveau d'introspection. Le nombre d'objets notés comme appréciés s'accroît également avec le temps de réflexion[873].

Notre volonté était d'avoir différents temps de réflexion à travers des différentes études et une consistance à l'intérieur de chaque étude[874]. Les différentes expérimentations utilisées dans nos études représentent différents temps de réponses et différents niveaux d'introspection mais, au sein d'une même expérimentation, le temps de réflexion était plutôt égal. Toujours dans cette notion de temps, nous pouvons aussi ajouter le temps-à-soi pour répondre. Malgré ceci et au sein de chaque expérimentation, nous pouvons noter des différences très importantes dans les manières de raconter les relations aux objets.

---

[872] De ce fait, le participant n'a choisi que des objets "catégories" et non des objets singularisés pour l'inventaire.

[873] Malgré le délais initialement prévu d'une semaine, les participants ont gardé leur probes d'une semaine à un mois.

[874] Dans le cas l' **EX8** ce point n'était pas complètement contrôlé (voir note ci-dessus)

Dans les études **EX3**, **EX4**, **EX7** et **EX8** il s'agissait d'un temps de réflexion 'à soi' pour les participants. Pour les trois dernières de cette liste ce temps était, au minimum, d'une semaine. Nous n'avons pas tenté d'influencer ou de quantifier le temps réellement passé[875].

"Objets" ou "choses"

En utilisant le terme "objet" au moins en partie dans les explications des exercices[876], il est possible que nous ayons orienté les choix des participants. Il se peut que le terme "objet" encourage le choix de choses "objectifiées" - des objets importants ou chéris, même si nous avons spécifiés que le sujet n'est pas des objets favoris. Le fait de parler d'objets oriente probablement vers des objets de plus petite taille et plus portables que fixes.

Différences individuelles?

Notre volonté n'était pas de créer des catégories de personnes par rapport à leur façon d'agir face aux objets usuels[877]. Notre but est de comprendre les composants des relations mais nous constatons qu'en dehors des différences de facilités d'expression, il y a des différences très importantes entre différentes personnes. Il faut néanmoins garder à l'esprit que le contexte et le moment de la vie et l'humeur vont modifier la nature de la réponse. Pour l'**EX3**, certains participants (dans la cohorte qui a pu revoir leur inventaire) commentent que "si j'étais en vacances", ou "si j'étais à l'autre maison/lieu" l'inventaire aurait changé. Nous devons également garder à l'esprit que les inventaires en mode "bonne humeur", neutre ou mauvaise humeur vont donner différents résultats[878]. De ce fait une piste de recherche future peut être un dispositif par exemple de *semantic priming*[879], afin d'influencer, ou quantifier l'influence de l'état sur le choix et/ou des commentaires. Autant que des différences individuelles, il peut être pertinent de mieux comprendre des différences de comportement selon des moments, des lieux ou des stimuli.

---

[875] Le fait de demander aux participants de quantifier leur temps de réponse ne correspondait pas à la volonté de laisser libre leur réflexion. Nous notons, dans l'annexe **EX7** que le contexte pédagogique permet peut-être d'ajouter des formes de bilan dans le dispositif.

[876] Pour le détail des instructions données, se référer aux Annexes. En exercices 1 et 3 le mot "objet" était utilisé pour décrire ce que les participants devaient choisir par défaut, car étant plus usuel en langage courant que "choses" ou "items".

[877] Voir, par exemple, Guillard, 2009, 2013, qui identifie pour la tendance-à-tout-garder, 4 ou 5 typologies de personnes.

[878] Pour ce point voir Ingrid Fetell, Sad times call for soft textures, *Psychology Today* (http://www.psychologytoday.com) 2011 citant King & Janiszewski, 2011 sur les liens entre l'humeur et dominance sensorielle.

[879] Voir par exemple pour l'utilisation de *semantic priming* dans le cas d'émotions esthétiques. Schoeller F. The principles of Knowledge, thèse soutenu à l'EHESS, Paris, 2017, p170

Pistes de réflexion pour une recherche future (en termes de méthodes)

L'approche pour la phase d'expérimentation employée s'est affinée au fur et à mesure des études. Naturellement, les dernières études (**EX7**, **EX8**) semblent les plus aptes à être reproduites, tout en étant perfectibles. Il semble très utile de demander de noter tout ce qu'on touche, même si cela s'avère contraignant en termes de charge pour les participants[880]. Il est important de noter que cet exercice, employé par Zucotti (2015) constitue une activité qui était jugée ludique, motivante, surprenante, éclairante par les participants de nos études. Il est évident également que le design (réussi) du dispositif, en forme de kit ou "Probe" va fortement influencer le plaisir pour le participant, comme son engagement.

L'implication des participants est un deuxième aspect de l'approche méthodologique à retenir. Les méthodologies dans la pratique du design tendent à intégrer de plus en plus le destinataire dans toutes les phases du projet. Notre approche, influencée par ces pratiques, était d'encourager de l'autoréflexion et d'utiliser des outils en forme de "*self-report*". S'agissant de relations individuelles et idiosyncratiques, cette implication en réflexion des participants semble un point à retenir pour de futures recherches[881].

Enfin, comme dans le point précédent, les participants disposaient d'un temps de réflexion et de recul. Les "probes" donnent du temps aux participants en les accompagnant chez eux pendant une semaine ou plus. La possibilité de recul et de réflexion est aussi donnée par des échanges à deux temps (pour les visites virtuelles et in situ **EX5** et des inventaires gardés et re-commentés **EX3**). Les récits à l'écrit et des inventaires en forme de dessin constituent aussi des moyens de ralentir le temps de réflexion et changent la nature de la réflexion des participants.

Les points qui seront encore à améliorer de façon plus globale concernent:

- comment mieux aborder l'arrière-plan? - nos dispositifs n'ont peut-être pas permis d'éclairer suffisamment l'importance du contexte comme composant
- les problèmes d'expression - il serait pertinent de tenter de faciliter d'avantage et trouver de meilleurs ou d'autres formes d'expression
- le tacite, l'implicite - comment mieux éclairer ce qui relève de l'inconscient tout en restant dans le contexte domestique (et non de laboratoire)

---

[880] Permet au moins de capter tout ce qui est touché (à condition de faire l'exercice rigoureusement - ce qui est difficile mais peut être considérablement facilité par l'outil conçu pour noter/collecter - peut-être individualisé - voir bonnes pratiques en design de probes - réellement conçues pour "la" personne et pas pour la catégorie.

[881] Il faut néanmoins garder à l'esprit les biais des self-reports - voir la conclusion du chapitre 3.5.3 sur le plaisir.

dispositif/analyse	avantages/*améliorations*	Ex nos.
récits sur les **objets jetables gardés**	aident à comprendre des cas de choix pour des qualités souvent matérielles (matière, volume…)	6
analyse **cross-sectional** de récits avec un objet	pour comprendre des relations à différentes étapes/ moments (sans modifier la relation)	1
noter **tout ce qu'on touche,** suivi d'une **sélection**	inclure dans une liste des objets qui peuvent passer inaperçus, et générer une liste consultable par le participant	7,8
noter **tout ce qu'on touche**, suivi de choix de deux **objets contrastés**	voir ci-dessus, et notion de contraste permet de déceler des composants dispensables et points de cohérence (composants indispensables?)	7
"probe" (kit) des choses du quotidien	notion de temps long pour participant, activité intrigante, encourager une réflexion progressive	8
inventaires rapides dessinés hors contexte, puis **réévalués** et commentés in-situ	comprendre les premiers objets auxquels on pense, support re-consultable et modifiable par participant *comment faciliter pour non-dessinateurs?*	3
inventaire en deux temps, à distance et in-situ	comprendre les objets saillants à distance, comprendre des objets non-saillants même en leur présence. *Collecter plus d'informations en deuxième entretien, par vidéo, occulometre? encourager à plus toucher les objets?*	5
réflexion des participants (du temps pour)	laisser du temps semble important pour remarquer ce qui ne retient pas notre attention/ *la réflexion avec du recul pourrait aussi venir des entretiens "follow-up"*	5,7,8

Tableau 3,22. *Visualisation des points à retenir/améliorer des dispositifs expérimentaux*

3.7.2 Un modèle à multiples composants

La phase d'expérimentation essaie de donner à voir les relations du quotidien avec les objets ordinaires dans leur complexité en identifiant, dans le mesure du possible, les composants qui les constituent.

Revenons sur les questions principales que nous avons formulées à l'issue du revue des cadres théoriques trouvés sur les relations aux objets et les relations plus pérennes.

Peut-on confirmer la présence de multiples composants?

Appelés thèmes, déterminants, registres, vies, ou encore régimes dans la littérature étudiée sur le sujet des relations aux objets, nous avons choisi le terme "composants" comme nom pour ce qui compose la relation. Ce terme semble le mieux représenter quelque chose qui n'est pas homogène et, peut-être, lui-même composé de sous éléments[882].

Les recherches soutiennent l'idée de relations complexes à multiples composants. Les récits sous différentes formes recueillis lors des expérimentations ont généré plus de quarante thèmes différents à partir des raisons identifiées pour les relations plus pérennes. Ces thèmes ont pu être regroupés pour créer 7 familles que nous avons pu décrire comme composants distincts. Les relations plus pérennes étudiées à travers les huit dispositifs d'expérimentation semblent toutes comporter plusieurs de ces composants pour un seul objet, montrant des relations complexes qui s'opèrent à différents niveaux.

Dans les recherches quantifiables,[883] nous avons trouvé que les relations plus longues comportent en moyenne au moins cinq des sept composants identifiés comme les plus récurrents. Ces composants qui coexistent dans une seule relation sont représentés chaque fois par plusieurs sous-thèmes. Pour donner un ordre d'idée, dans 60%[884] des entretiens en profondeur sur une relation avec un objet, 8 sous-thèmes au moins émergent des raisons pour la longévité de la relation[885].

---

[882] Il est possible que ce terme est aussi choisi par le biais qui est la pratique du design, les composants étant des éléments qui s'imbriquent et qui se chevauchent, et qui peuvent être constitués eux mêmes de sous-ensembles.

[883] Réponses dans l'**EX1**, sur un échantillon de 44 réponses

[884] en **EX1**, dans 170 sur les 281 transcriptions.

[885] Cet aspect multi-composant est validé surtout par **EX1** , **EX5** et **EX8**. Les autres dispositifs traitent des relations individuelles en moins de détail, ou de façon plus orientant (par exemple **EX7**).

Décrire la nature des principaux composants?

La volonté, ici, est de dégager des composants distincts comme cela a pu être fait pour les raisons d'attachement aux produits (Mugge, 2007) et la durabilité émotionnelle (Chapman, 2008, Haines-Gadd et al, 2017). Ceci nous permet de mettre les composants trouvés en parallèle avec les résultats d'autres études[886] (voir tableau 3,8). Les déterminants dans l'attachement aux produits (Mugge, 2007) et la durabilité émotionnelle contiennent des thèmes correspondant aux objets très présents et quasi vivants. Ces notions de réactivité*, feedback*[887], le fait d'être animé et l'anthropomorphisme n'ont pas de correspondance dans nos composants. De la même manière, nos composants de *feeling on me* et *context/network* n'ont pas d'équivalent dans les deux études citées. En dehors de ces deux zones de non-correspondance, nos composants sont globalement cohérents, surtout avec les thèmes de durabilité émotionnelle.

Nos sept composants concernent 1) l'utilisation, 2) le toucher, 3) le temps et durabilité, 4) les souvenirs et les symboles de soi, 5) le plaisir, 6) l'apparence et 7) le contexte. Afin de mieux illustrer ces composants nous avons détaillés et nommés les principaux sous-thèmes représentés dans les récits (voir tableau 3,22). Les nombreux sous-thèmes montrent la difficulté de cerner, de façon catégorique, chaque composant. Nous espérons qu'ils servent toutefois d'illustration pour mieux faire comprendre le composant.

Afin de préciser la nature de chaque composant, l'emploi de verbes dans le participe présent en anglais semble judicieux pour rappeler le fait qu'il s'agit de relations en cours et continues. Ainsi le nom complet[888] des cinq premiers composants devient:

1) L'utilisation (*using/doing*)
2) Ressenti/toucher (*feeling on me*)
3) Temps et durabilité (*appreciating/noticing time*)
4) Souvenirs et symboles de soi (*remembering self*)
5) Le plaisir (*experiencing pleasure*)
6) Qualités visuelles (*looking/not looking*)
7) Contextes et réseaux

---

[886] Voir aussi Haines-Gadd et al, 2017 pour un tableau récapitulatif très complet dans le domaine de *Emotional Durability.*

[887] ibid: *responsiveness, feedback loops*… dans le thème "conversations" et *animacy* et anthropomorphisme dans le thème consciousness

[888] Pour traduire le participe présent en français, l'infinitif est probablement la forme la apte, mais nous trouvons des problèmes dans le cas de 'experiencing' par exemple qui devient expérimenter ou éprouver, et donc avec un sens plus orientant que la version anglaise. De ce fait, la version anglaise a été gardé en tant que titre pour les chapitres de la section expérimentale de cette thèse.

Pour le composant ‘Qualités visuelles’, si le verbe le plus pertinent semble “regarder” (*looking*), nous avons retenu *looking/not looking* pour refléter le rôle ambigu du regard et de la perception visuelle dans nos récits. Le dernier des sept composants ‘Contextes et réseaux’ ne se prête pas facilement à l’association d’un verbe d’action. Ceci reflète aussi le statut de ce composant à l’issu de notre étude qui démontre que ce composant jouerait un rôle dans les relations plus longues, sans pouvoir le préciser autant que pour d’autres composants. Il semble que les occurrences moins importantes pour des thèmes qui constituent ce composant reflètent probablement le besoin d’un dispositif spécifique sur ce sujet qui est encore plus en l’arrière-plan que les objets étudiés. Le tableau 3,23 synthétise ces sept composants, afin de donner un aperçu global.

I’identification des composants les plus importants

Selon les expérimentations l’ordre/hiérarchie des composants va varier légèrement. Les plus constants sont *using/doing, remembering self* et *feeling on me.* Les deux suivants sont généralement, *experiencing pleasure* puis *appreciating/noticing time*, avec apparence/*looking* plus loin. Ce dernier composant a beaucoup plus d’importance dans les cohortes plus jeunes (et donc dans les relations qui sont généralement un peu moins longues). Dans cette cohorte et dans certaines expérimentations seulement, ce composant passe devant *appreciating/noticing time*.

Les composants plus ambigus qui sont les qualités visuelles et contexte/réseaux, semblent confirmer que la perception visuelle devient moins importante avec le temps dans la relation (Fenko et al, 2008). Les qualités visuelles restent présentes comme composant exprimé oralement mais sont rarement détaillées de façon sensible, suggérant que cet aspect est plus enregistré qu’observé ou constaté. Les termes utilisés pour l’expression sont également très peu variés, suggérant un manque d’habitude à commenter et à regarder ou un manque de vocabulaire adapté.

L’ambiguïté de la question de contexte relève, a priori, des dispositifs et de la difficulté d’interroger cet aspect. Le contexte de l’objet (dans le sens des pratiques qui lui sont associées) est présent dans le composant de l’utilisation et en partie dans celui du plaisir.

Le *Remembering self* et son lien avec l’évolution de l’identité de soi peut paraître peu pérenne mais ce composant est présent, néanmoins. Dans l’étude *cross-sectional,* il devient plus présent dans les cas de possessions plus longues. Ce composant reste aussi le plus expressible et comporte une forme de complexité plus naturelle à détailler, en forme d’anecdotes, d’histoires et de liens avec des personnes.

Organiser/hiérarchiser les composants?

L'importance ou non du composant *Remembering self* est abordée dans le tableau 3,10. Ce tableau détaille les points de contraste entre deux objets qui ont un statut de relation pérenne selon la cohorte. D'une certaine manière, ces points de contraste peuvent être considérés comme des composants dispensables (ou non-indispensables). Parmi ces points de contraste, les aspects symboliques proches de notre composant *remembering self* sont les plus représentés. Ceci peut suggérer que ce composant *remembering self* n'est pas indispensable.

Haines-Gadd et al (2017) proposent que les objets pérennes doivent permettre une extension (ou longévité) psychologique et physique. Ses thèmes d'évolution, d'intégrité, des *relationships* et de la matérialité, qui selon leur étude représentent les stratégies les plus prometteuses[889], se recoupent avec nos thèmes de *using/doing* et *appreciating/noticing time*.

Plutôt que des notions de potentiels psychologiques ou physiques, dans notre cas, nous pouvons identifier des composants qui sont plus en rapport avec l'objet physique[890] (*feeling on me, using/doing*) ou éloignés de l'objet physique (*remembering self*) et ceux qui ont une position plus ambiguë (*appreciating/noticing time, experiencing pleasure, looking/not looking* et contexte). (Voir aussi cartographie, dans la conclusion générale).

Ce dernier point introduit une importante observation transversale qui concerne la présence de l'objet physique en tant que matière dans les relations quotidiennes.

[889] étude de 2017, dont la suite de la recherche doit tenter d'identifier les stratégies les plus applicables dans le domaine de produits traités - produits d'éclairage.

[890] dans le sens de Markosian, présents en temps et en espace

L'utilisation (*using/doing*) correspond aux déterminants existants dans la littérature en lien avec l'utilité (Schifferstein et al, 2008), des attributs fonctionnels (Mugge, 2007), l'engagement et l'augmentation (Odom et al, 2009). L'utilisation régulière des objets est considérée comme prérequis dans la littérature, mais dans notre cas il s'agit d'un composant à part entière. Ceci démontre l'importance de l'action, de l'utilisation et du 'faire' dans la relation.
Ressenti/toucher (*feeling on me*) n'a pas de correspondance directe en termes de déterminants de relation ou thèmes de durabilité émotionnelle, bien que le toucher soit confirmé comme étant progressivement important avec le temps (Fenko et al, 2008). Ce composant concerne des expériences et ressentis sur une échelle réduite, de proximité corporelle. Il aurait des liens avec le concept d'intersections (Odom et al.2015)
Temps et durabilité (*appreciating/noticing time*) correspond aux thèmes existants dans la littérature de durabilité perçue, *ageing gracefully,* intégrité, et *mindfulness* (Haines-Gadd et al. 2017). Des notions de durabilité, longévité et le temps passé sont exprimés comme des attributs positifs. Le temps est aussi remarqué en tant que changements matériels.
Souvenirs et symboles de soi (*remembering self*) concerne des souvenirs, des histoires, des liens sociaux et des sens identitaires. Ce composant est très bien représenté dans la recherche existante, surtout en lien avec des objets chéris et des attachements émotionnels forts. Ce composant demeure important pour les objets du quotidien mais semble aussi le plus facile à exprimer.
Le plaisir (*experiencing pleasure*) correspond aux déterminants existants tels qu'*enjoyment*, plaisir et imagination dans la littérature. Il s'agit d'un déterminant très présent dans la recherche sur les relations et expériences avec les objets. Tout en constituant un thème probablement transversal en tant que composant, nous avons identifié le plaisir comme focalisé sur l'expérience elle-même plutôt que sur l'objet.
Qualités visuelles (*looking/not looking*) correspond aux déterminants tels que design, style, le fait d'être unique (Mugge,2008) et *Superior Appearance* (Mugge et al, 2010). Ce composant est séparé de la durabilité perçue car il s'agit de l'apparence comme ensemble. Souvent exprimé de façon très succincte, les qualités visuelles semblent souvent être avant tout de l'ordre de la représentation plutôt que de l'observation.
Contexte/réseaux en tant que déterminant, ce composant n'est pas présent (à notre connaissance) dans la littérature. Il s'agit de la façon dont l'objet influence l'espace autour de lui. Son contexte fait partie de la relation, l'écosystème d'objets dans lequel il s'inscrit, et auquel il donne accès. Ce composant semble important mais a besoin d'être approfondi.

Tableau 3,23. *Vue globale sur les sept composants identifiés dans les relations aux objets*

3.7.3 La présence et la conscience du matériel

"It is to the everyday that we consign that which no longer holds our attention. Things become 'everyday' by becoming invisible, unnoticed, part of the furniture…And if familiarity does not always breed contempt, it does encourage neglect."[891]

"What Brechtianism[892] *offers everyday studies is a vehicle more able to contain the multiple stands and complex interweaving of the everyday, while framing them in a way that acknowledges their constructedness and revivifies material that is continually slipping out of view."*[893]

Ces deux extraits rappellent (Highmore, 2002) que les objets de notre étude sont peut-être "ce qui ne retient plus notre attention" et l'idée du "matériel qui est toujours en train de glisser hors la vue" ou hors champ. A travers l'incipit, il nous intéresse de savoir comment les objets peuvent devenir familiers, voire invisibles sans être négligés.

Karana et al.[894] proposent que la réalité physique d'un produit et sa matière soient des sources majeures de notre expérience. Ceci semble être en opposition avec les citations ci-dessus. Une des conclusions de notre étude concerne justement cette opposition. La présence et la conscience des aspects matériels des produits quotidiens dans nos récits sont distribuées de façon très inégale. Des commentaires aussi bien sur les aspects matériels que la présence des objets comme entités physiques, sont entièrement absents d'un certain nombre de récits (dans **EX3** et **EX5**). En même temps, la conscience du matériel, dans le sens de la présence de l'objet physique et de sa nature matérielle, émerge comme un composant dans les relations plus pérennes commentées. De ce fait les conclusions autour de la présence et la conscience du matériel se divisent en deux thèmes très différents; les façons dont la matérialité semble ne pas être remarquée dans les relations avec les objets du quotidien et, inversement, les manières dont la matérialité est présente et semble contribuer positivement à des relations plus pérennes.

L'absence de l'entité physique

Pour décrire le premier thème en un peu plus de détail, il est important de préciser que l'absence des objets physiques prend différentes formes. De ce fait, il est plus juste de parler de

---

[891] Highmore B. The Everyday Life Reader, 2002, p21

[892] some points mentioned by Highmore: to describe Brechtianism - interruptive, non naturalistic, strange-making to encourage noticing…

[893] ibid, p24

[894] Elvin Karana, Elisa Giaccardi & Valentina Rognoli, Materially Yours, in ed. Chapman J. *Routledge Handbook of Sustainable Product Design*, p206 - 221, 2017

présence ambiguë. Les premiers dispositifs d'inventaire expérimentés (**EX3**, **EX4**) ont donné des résultats plutôt aléatoires par rapport au nombre d'objets côtoyés par les participants (voir chapitre 3.3, *le nombre d'objets touchés*). De façon générale, les étudiants de la cohorte avaient beaucoup de mal (**EX3**) à imaginer 10 objets qu'ils côtoient et qui comptent, pourtant ils touchent en moyenne entre 50 et 100 objets mobile et non jetables, par jour[895]. Des inventaires plus systématiques (**EX5**, **EX8**) ont montré qu'il est très difficile de prêter attention à tout ce qu'on touche. Même une fois l'inventaire noté, seulement un petit nombre d'objets sont saillants et peuvent être identifiés comme des choses qui comptent pour les participants. L'**EX5** a permis de montrer que certains des objets non-remarqués peuvent, en réalité, compter pour les participants, en tant qu'objets à relations pérennes[896]. D'autres objets non-remarqués semblent presque ne pas exister ni en tant qu'entité physique et ni comme matière. Nous pouvons noter qu'un des points en commun de ces objets particulièrement non-présents est qu'il s'agit d'objets immobiles lors de l'utilisation, des récipients pour d'autres ustensiles, des planches à découper, des balances de cuisine[897] (dans le cas d'**EX5**). Il s'agit aussi d'objets qui rentrent dans des pratiques en tant que groupes de choses. Ils sont le matériel (*stuff*) pour faire quelque chose mais semblent y perdre leur statut matériel (matérialité).

Un statut incertain pour le matériel

D'autres observations montrent le statut incertain de la matière et des entités physiques côtoyées. Elles montrent aussi qu'il existe de très importantes divergences entre les personnes. Une illustration simple vient des objets à vie courte[898] notés dans les inventaires de tout touché (**EX4**, **EX8**). Le nombre d'objets notés varie entre 3 et 34, et 2 à 22 respectivement dans ces expérimentations. Le statut de ces objets est très variable chez les participants, allant de quasi-invisible à important à garder[899].

Une autre observation par rapport à ce statut incertain des objets en tant qu'entités est la présence dans de nombreux inventaires (voir aussi chapitre 3.6.1) d'objets 'catégories' ou objets 'ensembles'. Bien que les consignes pour ces inventaires spécifiaient de lister des objets singularisés et spécifiques, 20% des objets sélectionnés et commentés étaient, en réalité, des

---

[895] Voir résultats de l'**EX4** qui donnent un ordre d'idée sur ces chiffres tout en reconnaissant que le nombre constaté dans cet exercice est probablement un peu en deçà à cause de la difficulté à faire rigoureusement l'exercice, (et chiffres issus de Zucotti (2015) avec une moyenne de 140 objets)

[896] par exemple des radios et des carafes oubliés dans des inventaires à distance, et même sur place dans un premier temps.

[897] nous pouvons noter également que ces produits n'apparaissent pas non plus dans les inventaires ou objets qui comptent en **EX8**

[898] des consommables, mais pas à utilisation unique comme des pots de crème de soin, des éponges…

[899] Ce type d'objet est même assez présent dans les sections d'objets contrastés 'qui comptent' en **EX7**

catégories, des choses dans la catégorie plutôt qu'un exemple précis. Sur les mêmes inventaires (**EX3**) des objets 'ensembles' représentent 10% des réponses. Même s'il est important de reconnaître que les objets 'catégories' et les objets 'ensembles' ne relèvent pas des mêmes traitements, dans les deux cas, l'objet n'est plus très présent en tant qu'entité physique.

Ces inventaires composés d'objets 'catégories' et 'd'ensembles' prennent souvent la forme d'une illustration de 'mon' identité, de 'ce que j'aime', de 'mon éthique'. On peut voir une forme de pudeur dans l'exercice. Il peut aussi s'agir d'un statut de l'entité physique moins présent car ayant un rôle de médiation de l'identité ou faisant partie de soi en forme de "self-extension". D'autres cas d'inventaires, majoritairement composés de catégories, évoquent surtout l'expérience sensuelle et personnelle; par exemple, le fait d'avoir des lèvres rouges ou d'écouter de la musique, sans nommer ou préciser l'objet en médiation dans l'expérience (le rouge à lèvres, la hifi). Ces différents cas d'objets peu présents comme entités physiques peuvent peut-être aider à comprendre les composants *experiencing pleasure* et *remembering self* et de questionner la présence du matériel dans ces composants.

Une dernière illustration du statut équivoque du matériel dans nos expérimentations concerne une forme de gêne par rapport à l'acceptation des relations plus pérennes aux objets. Comme nous avons noté ci-dessus, les inventaires d'objets catégories plutôt qu'objets spécifiques pourraient être le résultat d'une forme de gêne. Cette gêne était exprimée par un participant en **EX3** . Tout en confirmant posséder beaucoup d'objets très ordinaires qui comptent, il jugeait sévèrement son incapacité de s'en séparer "*I remember where they come from and when I bought them…they are like little characters…like photos or memories…it's hard for me to throw them away*". L'inventaire dessiné et commenté ne compte que des 'catégories'. Sans qu'il ne soit exprimé aussi clairement, la réaction à la notion d'objets 'à garder' en **EX8** (voir aussi chapitre 3.5.3) relève aussi, peut-être, d'une forme de gêne. Assez peu d'objets notés dans l'inventaire de tout touché étaient classés 'à garder'. Même les objets classés comme 'appréciés' n'étaient pas forcément classés comme 'à garder'. Au-delà d'une question de gêne, ces résultats suggèrent que 'garder' et de réfléchir à la pérennité des objets du quotidien n'est probablement ni habituel ni spécialement valorisé.

Relations avec et à travers la matérialité

Nous pouvons diviser la manière dont la matérialité est présente et semble contribuer positivement à des relations plus pérennes en deux thèmes. Karana et al. (2017, p207) défendent

l'importance de '*materially yours*[900] *thinking*', le fait de porter plus d'attention aux expériences que nous avons *with and through the materials of products*…Avec ces notions de avec et à travers, il s'agit du matériel pour "*what it is, but also for what it does"* (*ibid,* p219). La façon dont nous proposons de diviser nos observations sur la présence du matériel concerne l'appréciation des qualités matérielles d'une part et l'appréciation des choses/objets en tant qu'entités matérielles, d'autre part (et donc deux versions de *what it is* ou plus précisément *what it's like*).

Une appréciation des choses en tant qu'entités matérielles

Une appréciation des propriétés spécifiques d'un objet semble contribuer de façon positive à une relation pérenne. Dans le chapitre 3.5.3 nous avons donné des exemples d'objets qui ont prouvé leur solidité et leur résistance, souvent en cas de chutes ou d'accidents ou simplement d'utilisation très régulière. Ces témoignages démontrent une connaissance de l'objet en termes de ses capacités matérielles.

D'autres types de témoignages (voir chapitre 3.5.2, *compacte, légère*) démontrent une connaissance accrue de l'objet physique en termes de poids, de taille juste, de compacité ou de capacité et volume. Il s'agit de qualités ressentis, quantifiées et validées par le corps pour des objets souvent portés avec soi, mais aussi manipulés, sous-pesés. Dans certains cas les récits suggèrent des constats de petits écarts avec ce qu'on attendrait de l'objet. Il est question d'adaptations personnelles ou de petites particularités. Ceci représente une échelle moins forte que l'idée de 'surprises' évoquée dans certaines études sur les relations plus longues (Ludden et al, 2008, Grimaldi, 2017). (Comme exemple de ces petites incongruités; un porte-monnaie presque trop petit, ou un sac de toilette qui semble s'agrandir pour s'accommoder des nouveaux produits rangés dedans.)

Une conscience des matières

L'appréciation des qualités matérielles des objets et une conscience des matières spécifiques dont l'objet est composé apparaissent à travers des détails de trois composants; l'utilisation, le ressenti/toucher et le temps/durabilité. Comme le suggère l'évocation de ces trois chapitres, l'objet semble devenir matériellement présent par différents chemins. Les traces sur la surface d'un objet évoqueraient des activités et événements qui les ont causées et contribueraient au

[900] Les auteurs signalent l'hommage au travail du groupe "Eternally Yours" à la fin des années '90.

"*general awareness of the object's past*" (Zijlema et al, 2017). Nous pouvons retourner ce concept, en proposant que la sensibilisation[901] à la matérialité de l'objet contribue à la longévité de la relation et que cette sensibilisation est en relation avec des activités mais aussi avec les traces et la manipulation.

Dans le chapitre 3.5.1 (L'utilisation), nous détaillons différents exemples de soins des objets, de l'attention aux besoins matériels des objets et de leur nature matérielle. Dans le chapitre 3.5.3 (Temps, Durabilité) nous pouvons constater différentes implications physiques pour prolonger, réparer et pérenniser des objets. Karana et al. (2017, p213) proposent l'idée d'une expérience 'd'autonomie', d'avoir un sens de contrôle et de pouvoir 'voir' ses actions. Les actions enregistrées lors de ces interactions en lien avec l'objet, avec le contact et la compréhension des matières qu'elles impliquent semblent également importantes[902].

Des objets jetables, gardés et réutilisés ou adaptés donnent des exemples intéressants d'une sensibilisation au potentiel des matériaux (Chapitre 3.5.3, *pérennité perçue* et annexe*,* **EX6**). Même pour ces objets très banals, (la ou) les matières ont dû être évaluées et donc observées, considérées. De façon plus commentée dans la littérature, les traces (Zijlema et al, 2017) et les imperfections (Karana et al, 2017, p209) peuvent enrichir la relation avec l'objet[903]. De façon peut-être plus pragmatique, ces traces et imperfections constatées rendent tangible la matière et sa nature.

Le toucher est une autre façon de rendre la matière plus tangible et ainsi de contribuer à pérenniser la relation par ce toucher. Le chapitre 3.5.2, (*Toucher spécifique, remarqué, douceur*) présente une partie des extraits et des évocations des qualités matérielles touchées et commentées. Les touchers qui ressortent concernent avant la douceur, les surfaces molles constatés lors de petites manipulations, actions et ressentis.

Objets matériellement présents?

En conclusion, les expérimentations confirment l'impression qu'une majorité des objets est probablement 'toujours en train de glisser hors la vue'. La présence des objets en tant que matériel et la présence et la conscience de la matière restent des points d'interrogation et des

---

[901] Il semble plus judicieux de traduire ici *awareness* par sensibilisation plutôt que conscience car nos exemples ne relèvent pas réellement d'aspects dont on est conscient.

[902] Karana et al. 2017 notent l'importance de l'acte de produire (making) et la fierté de faire et de créer. Nos exemples suggèrent que ces effets peuvent aussi se passer à une échelle plus réduite, peut-être moins 'consciente'

[903] *ibid*, ces imperfections peuvent "*be endearing (sensorial level)… be perceived as natural (interpretive level) …create a new bond (affective level)*" et même ouvrir d'autres possibilités d'interaction (*performative level*)

questions méritant des recherches futures. Il semble y avoir peu d'objets matériellement présents dans notre quotidien et peu d'objets dont on est conscient.

Nous pouvons aussi constater le paradoxe de l'appréciation de la matière dans le sens d'une attention, d'une conscience ou d'un soin des matériaux qui ferait peut-être partie des relations plus longues. Cette conscience semble être une forme de garant de relations plus longues même dans les objets de notre étude, du quotidien. En même temps il s'agit de peu de relations et des comportements peu présents. Des recherches futures peuvent évaluer si les raisons relèvent par exemple de leur aspect non-économique, de la charge cognitive importante que représentent ces comportements ou encore s'il s'agit d'un poids en forme d'*entanglement* (Hodder, 2012, 2014) ou de relations inavouables et stigmatisées.

3.7.4 Le corps, l'action et le mouvement

La sensibilisation à la matérialité de l'objet semble constituer un thème transversal, devenant présent par le biais de différents composants. Une autre observation transversale dans des récits sur les relations plus pérennes aux objets concerne l'évocation de mouvement.

Les objets quotidiens dans les relations de cette étude sont plutôt statiques et inertes à l'opposé des objets étudiés dans le domaine du design d'interaction. Il s'agit, dans notre cas, d'objets qui stabilisent probablement la vie de tous les jours (Arendt, 1958, p157) mais dont la relation semble, peut-être, se renforcer avec le mouvement et avec les actions.

> Monter, descendre, tourner, permettent une meilleure appropriation de l'espace que le chemin rectiligne imposé. Ce sont en définitive les possibilités de mouvement dans l'espace qui assurent son appropriation. L'espace des objets est semblable à celui des villes. Nous nous les approprions par la relation corporelle et physique que nous avons avec eux. [904]

Dans les récits de relations et à travers plusieurs des composants, il est possible d'identifier différents types de mouvement en lien avec les objets. Ceux-ci contribuent, peut-être, non seulement comme le suggère Tisseron dans la citation ci-dessus, à une appropriation, mais à une appropriation pérenne.

Un partie importante des objets commentés comme étant "*of interest*" par la cohorte dans le livre de Paola Zucotti (2015, op cit.) sont des outils à main, des outils de travail (voir aussi chapitre 3.3). Si nos études contiennent moins d'outils à main, une partie importante des objets choisis concerne des objets qui impliquent des mouvements (des sacs, des couteaux de poche) et aussi des objets qui font partie de mouvements à différentes échelles. Des objets comme des carnets, des portefeuilles ou des mugs et des récits qui les accompagnent racontent des objets qui accompagnent des mouvements et actions. D'autres objets comme des épingles ou élastiques de cheveux ou des carafes sont accompagnés de récits de mouvements plus importants du corps, des allers-retours, le fait de se baisser pour les ramasser.

Les mouvements sont forcément très présents dans l'utilisation des objets mais font partie aussi des actions de soin et d'attention portées aux objets. Le mouvement fait aussi partie de beaucoup de thèmes dans le composant du toucher. Les mouvements qui font apprécier la douceur d'une surface et la conscience de la présence de l'objet ressenti sur soi par des

---

[904] Serge Tisseron, *Comment l'esprit vient aux objets,* PUF, Paris, 2016 (1999), p 197

mouvements du corps. Le mouvement fait aussi partie des gestes qui permettent de constater le poids ou la légèreté des objets qui sont des qualités qui sont présentes dans beaucoup de récits.

Le mouvement est présent aussi dans le composant ‘plaisir’, surtout dans les thèmes de jeux/ activités et le plaisir dans l’utilisation. (Voir chapitre 3.5.5) Comme dans les exemples cités auparavant, les mouvements racontés vont du jeu qui consiste à manipuler un finger-skate à l’action de se laisser tomber sur un pouf Fatboy[905]. En rapport avec des qualités visuelles, il y a un petit nombre de récits qui semblent évoquer le mouvement du regard ou le mouvement regardé. Ces récits ont peut-être aussi un lien avec une forme de jeux.

La question du rôle du mouvement dans les relations plus pérennes aux objets quotidiens constitue pour l’instant l’observation d’un thème transversal qu’il conviendrait d’approfondir. Sans parler d’apprentissages,[906] il se peut que l’objet soit enregistré en tant que mouvement ou encore que la relation soit renforcée avec le mouvement.

Les manières dont les objets deviennent ou restent matériellement présents s’impose aussi comme une question importante compte tenu de l’ambivalence du regard dans les relations aux objets quotidiens plus pérennes.

Les thèmes transversaux identifiés constituent des ouvertures et des questions qui méritent d’être explorées dans le cadre des relations matérielles du quotidien.

---

[905] Dans les récits autour du plaisir il y a également de nombreuses références aux moments de relaxation et d’une certaine manière de non-mouvement.

[906] Jean-Claude Kaufmann, Le Coeur à l’ouvrage, Théorie de l’action ménagère, Armand Colin, 2015 (1997, Nathan) p26, commente que le corps constitue le lieux “d’apprentissages plus profonds”

3.7.5 Discussion

Not only is there great variety in the everyday lives, needs and motivations of people, these needs and motivations are also continuously changing with the changing capabilities and routines that we develop by accommodating products in our lives…product design has the tendency to ignore heterogeneity, preferring instead to focus on individual aspects of the larger and more integrated whole.

Cette citation de Karana et al. (2017, p217) réitère la complexité du contexte de notre étude et suggère que l'activité du design aurait tendance à ignorer l'hétérogénéité des usages et des contextes des produits. En créant un modèle ouvert plutôt qu'un système fermé pour illustrer les composants trouvés lors de notre étude, notre volonté est de respecter l'hétérogénéité des expériences sur lesquelles nous avons basé nos conclusions. Notre illustration doit aussi être le reflet de relations complexes composées du soi, du plaisir, de l'action, du contexte et des processus cognitifs agissant ensemble. Il est important de ne pas donner l'impression (pour laquelle nous n'aurons pas d'ailleurs de preuve) qu'un de ces aspects est plus important à l'exclusion des autres.

Notre choix de représentation des composants trouvés prend ainsi la forme d'une cartographie (Sanders et al. 2008). Tout en étant provisoire et, nous l'espérons, perfectible par de futures recherches, cette forme de représentation permet de montrer les composants avec des liens de proximité probables et de les organiser selon certains coordonnées. Dans cette cartographie, Figure 3,3, les composants les plus ambigus (*context* et *looking/not looking*), nécessitant des recherches supplémentaires, sont indiqués en pointillés.

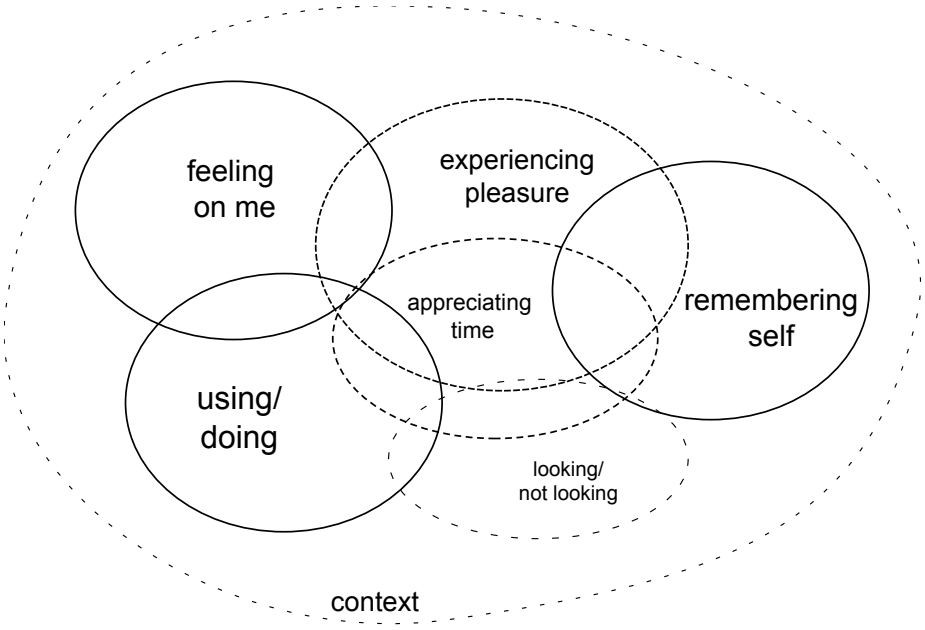


Figure 3,3. *Cartographie des principaux composants des relations plus pérennes aux objets usuels*

Les composants en lien avec le plaisir et l'appréciation du temps se trouvent au milieu de cette représentation et leur traitement, légèrement différencié des trois autres composants, sert à illustrer que ces deux composants ont peut-être un aspect plus transversal. L'ensemble des cinq principaux composants sont illustrés en chevauchement pour rappeler que leurs frontières ne peuvent pas être considérées comme hermétiques.

Cette illustration montre ce qui semble être présent dans une seule relation plus pérenne, même quand il s'agit de la relation au quotidien avec un objet ordinaire. Il s'agit de relations et composants physiques et psychologiques (voir aussi Haines-Gadd et al. 2017) et des interactions entre eux.

Notre cartographie aide à se représenter le fait que les composants peuvent s'organiser en termes de proximité avec l'objet ou de présence/conscience de l'objet. Si le composant *remembering self* par exemple, peut se passer de l'objet, est ce qu'il ne faudrait pas plutôt chercher à privilégier les autres composants dans l'optique de favoriser l'appréciation des entités physiques et de la matière?

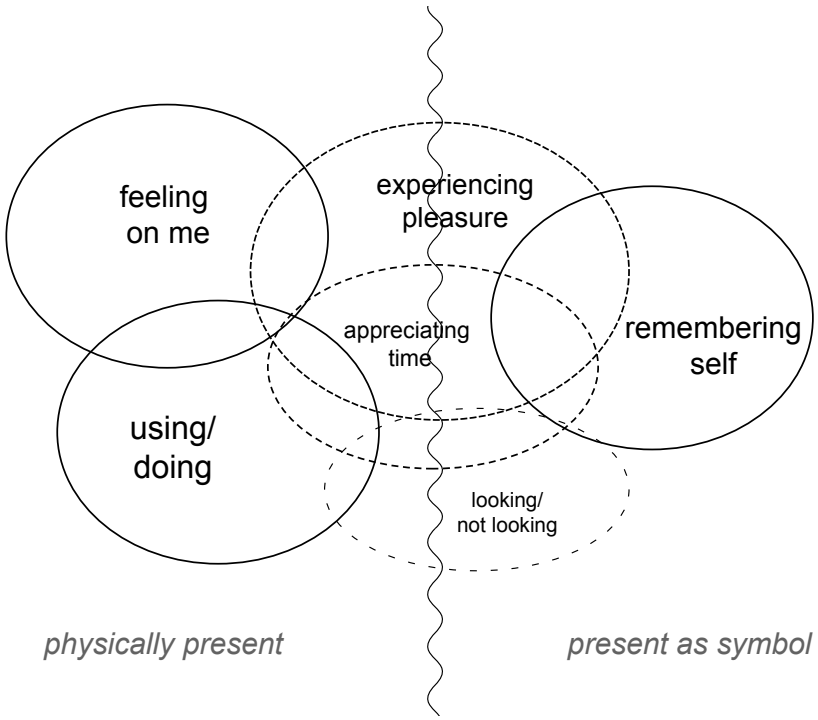


Figure 3,4. *Composants en lien avec l'objet présent physiquement ou en tant que symbole*

En reprenant la définition simple de l'objet physique comme étant présent en temps et en espace (Markosian, 2000) dans l'illustration Figure 3,4, certains composants peuvent exister sans

traiter l'objet physiquement présent[907]. Dans ces cas est ce que ces composants concernent la relation avec un objet physique, ou seulement avec un objet?

L'organisation de nos composants permet aussi d'indiquer lesquels sont concernés par le thème transversal du mouvement, commenté dans le chapitre précédent (3,7,4), Figure, 3,5 ci-dessous.

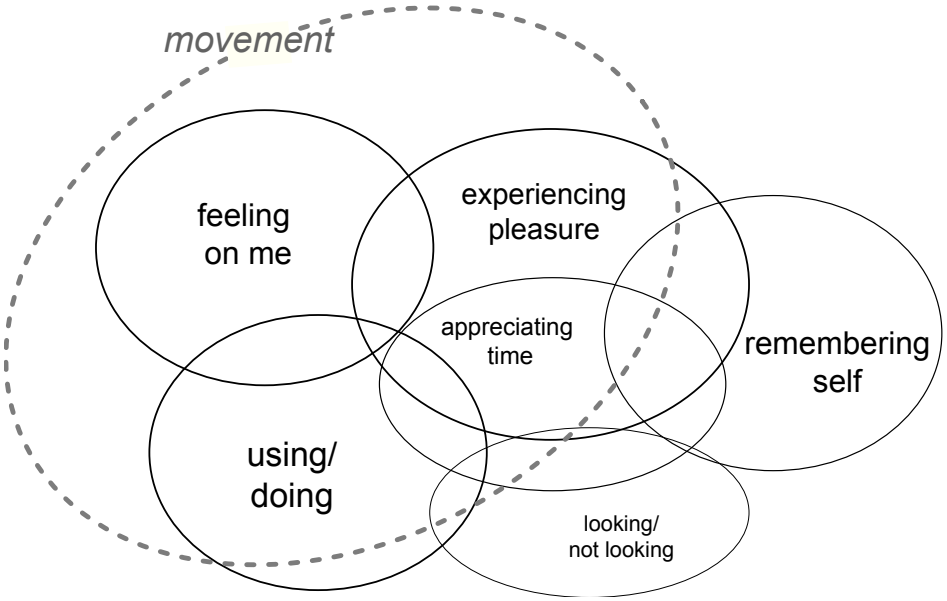


Figure 3,5. *Composants en lien avec le mouvement, la proprioception*

Pour conclure il reste important, comme le signale l'incipit ci-dessus, de se rappeler que les relations étudiées, et qui ont pu contribuer à formaliser ces conclusions, restent des relations idiosyncratiques et des relations en évolution. Nos conclusions concernent ce qui contribue à rendre ces relations usuelles plus longues, plus pérennes mais en aucun cas éternelles.

[907] Le terme utilisé ici 'symbole' peut, bien-sûr, être remplacé par représentation ou image par exemple

CONCLUSION

L'activité du design est le point de départ pour cette recherche. Cette activité se trouve au coeur des questionnements sur le bien-fondé de nos comportements de consommation dans le contexte environnementale actuel. Le design traite la production des objets du quotidien et a de ce fait, un rôle important à jouer dans l'évolution des comportements envers ces produits quotidiens. L'activité du design évolue pour faire face au contexte de responsabilité actuel, en questionnant le rôle de l'objet physique et en trouvant des alternatives surtout dans les nouvelles technologies numériques. Cette recherche est partie du constat que les évolutions vers plus de design d'interaction, de design d'expérience, de service et de solutions virtuelles, quoique bénéfiques, ne ressoudent pas le problème de la place du matériel dans nos relations et dans nos comportements. Le design actuel aurait une tendance à élargir son regard au-delà de l'objet physique or il semble essentiel de mieux comprendre aussi nos relations avec les objets physiques qui font encore partie de nos espaces de vie et nos comportements de consommation.

Cette recherche tente d'éclairer ce qui contribue à la pérennité des relations quotidiennes aux objets. L'optimisation et l'extension de la durée de vie des produits a le potentiel de réduire le cadence de consommation de matériaux et d'énergie intrinsèque. La recherche menée ici tente d'identifier les composants relationnels dans l'extension de la durée de vie des objets. La volonté est d'apporter une focalisation sur des objets et des relations plus banals qui constituent la majorité de ce qui nous entoure.

Cette recherche s'est divisée en trois parties qui représentent trois façons différentes d'aborder les relations pérennes aux objets: a) par l'activité de création des objets et la production d'éléments pouvant créer des relations aux objets; b) en se basant sur des cadres théoriques déjà utilisées pour structurer les relations aux objets; c) en regardant des relations aux objets in situ dans le quotidien. Par ces trois étapes, nous avons volontairement souligné la complexité potentielle des relations aux objets, même les plus banals. Tout en situant les questions qui traversent l'activité du design actuel, la première section montre les multiples facettes que peuvent posséder des produits. En réponse, la troisième section permet d'assembler les facettes des produits qui semblent contribuer à la longévité des relations. La première et la troisième section concernent aussi deux moments différents dans la relation à l'objet, la production jusqu'à la présentation et le premier contact avec l'objet d'un côté, et la réception et la vie avec l'objet de l'autre. Entre ces deux sections, la lecture des cadres théoriques témoigne des différentes façons de comprendre les relations aux objets selon que la focalisation est plutôt sur la personne dans sa

relation, aux objets ou aux choses, ou bien sur la relation avec un objet ou avec des réseaux d'objets. L'ensemble des cadres théoriques présentés contribue à la compréhension des relations aux objets mais les études existantes sur les relations pérennes comme, par exemple, l' *Emotionally Durable Design* (Haines Gadd et al, 2017, Van Krieken et al, 2012), *Product attachment* (Mugge, 2007, Ramirez et al, 2010, ou *Enduring artefacts* (Walker, 2004), semblent s'appuyer seulement sur une partie de ces cadres.

L'apport de cette étude, par rapport au courants de recherche bien développés de la durabilité émotionnelle des relations aux objets mentionnés ci-dessus, donne un regard plus large en prenant appui sur des cadres qui traitent des relations aux choses multiples, aux objets plus banals, moins chéris et moins singularisés.

Notre étude se base sur des relations commentées avec plus de deux mille objets, par plus de 400 participants. Ces explorations de l'écosystème complexe que constitue le champ d'objets banals autour de nous montrent une grande diversité. Même pour des cohortes plutôt homogènes (d'étudiants en écoles de design français), les objets de tous les jours qui comptent sont très variés (voir tableau 3,3) avec près de 200 types d'objets différentes mentionnés. Il aurait pu être pertinent de limiter les recherches à quelques typologies d'objets mais la diversité des choix opérés justifie en partie le fait d'avoir laissé ouvert les dispositifs.

Nous pouvons constater que cette exploration n'a pas débouché sur un système ni un modèle fermé. Tout en acceptant que cela constitue une limitation pour ce travail, l'avantage de l'approche est d'ouvrir des voies, en identifiant des questions à traiter pour avancer dans la compréhension des relations plus pérennes avec les objets ordinaires.

A l'issue de la phase d'expérimentation, nous avons pu établir une illustration en forme de cartographie des composants présents dans les relations plus pérennes. Cette illustration donne un premier aperçu des composants que nous avons pu identifier comme robustes dont une partie recouvre les thèmes et les déterminants identifiés dans d'autres recherches récentes. La cartographie des composants illustre la nature multifactorielle des relations plus pérennes étudiées et nos récits démontrent que nous pouvons effectivement considérer qu'entre trois et cinq de ces composants coexistent dans une seule relation même quotidienne ou banale. La cartographie montre aussi des zones qui demandent plus de recherche ou d'approfondissement, comme le rôle du contexte dans les relations. Sur cette cartographie, que nous savons encore provisoire, il est également possible de mettre en avant des aspects transversaux des relations, comme l'importance du mouvement et la présence de l'objet en tant qu'entité physique.

La présence de l'utilisation, les actions, le toucher et les ressentis, peu présents dans d'autres recherches consultées, constituent ici une partie importante de notre contribution. Il s'agit de composants probables dans les relations plus pérennes aux objets qu'il conviendrait de plus privilégier dans des modèles et aussi des stratégies futures de design. Notre cartographie permet de montrer que ces composants se rapprochent plus de l'objet physique et physiquement présent. De l'autre côté, une partie des composants est à placer avec l'objet en tant que symbole. Le composant que nous avons nommé "souvenirs et symboles de soi" peut se passer de l'objet physique. Notre recherche permet, pour l'instant, de relever que la contribution de ce composant à l'appréciation de l'objet en tant qu'entité physique est ambigue. Si les composants d'une relation se situent plus du côté du souvenir, du symbole ou de l'expérience, il est à craindre que l'entité physique soit mise de côté, avec des répercussions sur le plan environnemental. L'objet physique n'aurait pas besoin d'être pérenne. Nos recherches tentent de rééquilibrer l'importance donnée aux aspects symboliques des objets, dans le cas des objets usuels étudiés et démontrent la présence et l'importance d'autres composants plus proches de l'objet physique. Plutôt qu'une preuve, nous sommes conscients que cette observation est une invitation à poursuivre cette voie de recherche.

L'histoire du design évolue vers plus d'importance donnée aux messages et aux symboles que contient l'objet. La partie encore aujourd'hui la plus influente des cadres théoriques tend également à donner une place importante aux messages et symboles et surtout de l'identité de soi. En dehors du lien, peut-être ambigu, de ce composant avec la matérialité de l'objet, d'autres arguments plaident pour une réévaluation de l'importance de ce composant quand il s'agit de relations plus pérennes. L'objet en lien avec l'image de soi est aussi tributaire des évolutions de l'image de soi (Kleine & Baker, 2004, Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton, 1981). Il est possible également de questionner l'importance donnée à une narration personnelle, dans laquelle les objets d'attachement peuvent être impliqués. Galen Strawson[908] suggère que le fait de concevoir sa vie en forme de narrative est généralement considéré comme essentiel à une vie bien-vécue mais il dispute cette vue qui serait, selon lui, dominante aujourd'hui. Cette vue dominante et positive peut contribuer à expliquer l'importance donnée à l'histoire personnelle dans l'attachement aux objets. Les arguments de Strawson sont également utiles car ils suggèrent qu'il y auraient des variations importantes de dispositions personnelles face à la narrativité,

---

[908] Galen Strawson, Against Narrativity, *Ratio*, XVII, 4 décembre, 2004, USA. Strawson cite par exemple Mayra Schechtman "*A person creates his identity [only] by forming an autobiographical narrative - a story of his life*" ou Charles Taylor "*a basic condition of making sense of ourselves…is that we grasp our lives in a narrative…as an unfolding story*"

(entre une vision de l'expérience de soi comme un continuum ou en forme d'épisodes avec peu de connections au passé).

En lien avec la notion de narrativité et des histoires de soi, il semble probable aussi que les dispositifs de recherche utilisées pour étudier les relations aux objets (basées essentiellement sur des récits) donnent de l'importance au composant du *remembering self*. Nous avons également remarqué dans nos études la relative facilité à évoquer des thèmes en lien avec ce composant dans un premier temps dans les discussions.

Notre volonté n'est pas de nier l'importance des composants en lien avec le souvenir et l'image de soi mais plutôt d'explorer d'autres composants qui rendraient plus présent l'objet physique dans la relation. Cette appréciation de l'objet physique et de sa matérialité est importante car elle semble être un des éléments constitutifs des relations plus pérennes. A l'issue de notre étude, nous proposons que l'appréciation de l'objet physique et de sa matérialité soient des thèmes transversaux qui contribuent probablement à la pérennité des relations. Ce point n'est pas nouveau en soi, comme témoignent les thèmes de 'Surface' (Chapman, 2008), '*Ageing gracefully'* (Van Krieken et al., 2012), 'Matérialité', '*Consciousness*' (Haines-Gadd et al., 2017) pour ne nommer qu'une partie de la recherche actuelle.

Une question que relève notre étude est à quel point cette appréciation est possible pour plus qu'un très petit nombre d'objets du quotidien. A quel point peut-on avoir de la considération pour beaucoup d'entités physiques et faire attention à leur matérialité? A l'issu de notre travail, questionner le nombre d'objets qui compte (*things that matter*) s'avère plus utile que ce que nous aurions pu l'imaginer. Pour mieux comprendre cette appréciation, il paraît pertinent de s'appuyer sur des recherches en neurosciences sur les traitements cognitifs et les comportements économiques[909]. Il semble aussi important d'y associer la recherche sur les signaux et les comportements couteux (Schaeffer, 2010) car les comportements d'appréciation des entités physiques et de leur matière existent malgré l'effort peut-être non-économique qu'elles nécessitent.

La présence de l'objet physique est un thème soulevé dès la première section de cette étude. Nous avons démontré qu'il existe de nombreux freins à une attention portée aux objets comme entités physiques. Ces freins sont d'ordre moral, environnemental, social ou comportemental (voir tableau 1,11). Les cadres théoriques (dans la deuxième section de ce travail) issus de la post-phénoménologie et des théories des pratiques permettent d'aborder d'autres formes de

[909] par exemple à partir des recherches de Antonio Damasio, sur des décisions économiques et des marqueurs somatiques.

présence de l'objet en tant qu'entité physique comme la sédimentation des objets, leur domestication, leur incorporation menant à leur transparence voire à leur invisibilité.

Le statut des entités physiques et le statut du matériel se révèlent ambigus à l'issue de notre phase d'exploration. Si nos recherches ont pu montrer une grande diversité d'objets choisis par les participants, elles ont démontré que peu d'objets sont saillants dans notre quotidien. Il est apparu également que le fait de réfléchir à ce que l'on veut "garder" est moins évident que ce qu'on croit.

Le plaisir dans l'expérience avec des objets émerge comme thème à partir de nos chapitres sur les relations aux objets vues à travers l'histoire du design. Le plaisir est aussi un point présent dans la majorité des cadres théoriques présentés dans la deuxième section de l'étude. Nous avons tenté de cerner un aspect de ce composant plaisir dans notre cartographie, tout en reconnaissant qu'il s'agit aussi d'un thème transversal. Les touchers, les actions, les souvenirs qui contribuent à la relation pérenne avec l'objet sont, pour la plupart, marqués de façon positive. Des recherches actuelles sur l'expérience du plaisir tendent à démontrer l'importance qu'il convient à donner au *remembering self* plutôt qu'au *experiencing self* (Kahneman et al., 2005, Norman, 2009). Appliquées à notre sujet, ces recherches peuvent de nouveau éloigner l'attention portée à l'objet physique dans le temps présent. Nous pouvons aussi questionner le niveau de plaisir traité[910]. Le plaisir, présent dans nos exemples, est souvent à la limite de l'expressible et semble se situer, au moins en partie, dans l'expérience présente. A partir de ces points, le plaisir dans les relations plus pérennes reste à approfondir et il convient de trouver des cadres théoriques aptes à décrire le niveau d'expérience positive concernée.

Notre étude commence par la pratique du design et notre volonté est d'apporter des observations qui peuvent faire avancer cette pratique. Notre étude permet de montrer l'écart entre les multiples facettes des produits pouvant être traités par le design et des composants agissant sur la pérennité des relations avec des produits. Les résultats de notre troisième section de recherche démontrent que dans le contexte des relations plus pérennes aux objets quotidiens le toucher et le mouvement deviennent des composants centraux, or ces composants ne sont pas forcement centraux dans une démarche de design. Dans le contexte de responsabilité environnementale actuelle, l'activité du design se doit de réfléchir de façon systématique au deuxième temps de la relation avec les objets, la vie après l'achat, la vie avec l'entité physique. Dans ce deuxième temps, la perception tactile et la proprioception deviennent des composants de

[910] Nous pouvons se demander si le plaisir de prendre soin et réutiliser un même bol de la taille très juste chaque matin est comparable au plaisir en lien avec le choix de vivre en Californie, ou de refaire un voyage memorable en Thaïlande pour reprendre des exemples des études citées.

la relation plus robustes et plus présents que la perception visuelle. Ce changement d'importance des modalités sensorielles de la relation s'accompagne d'une évolution du statut de l'objet. Le produit ou l'objet tend à devenir chose ou même *stuff* (c'est à dire simplement une partie invisible de ce qui constitue des ensembles de nos environnements quotidiens). Il est peu probable que le designer de demain se qualifie de *thing-designer* ou *stuff-designer* plutôt que *product designer* comme cela a été le cas jusqu'à présent, mais un design plus tourné vers le statut de *things* et *stuff* pourrait être plus pertinent. L'entité physique en tant que matière doit redevenir présente dans la réflexion du designer et ce qu'elle ou il crée ne doit pas seulement être considéré comme un produit ou un objet.

L'évolution de l'activité du design peut faire évoluer nos comportements envers les objets ordinaires et physiques et nous espérons que nos conclusions peuvent signaler des pistes pour faire avancer ces pratiques.

LISTE DES FIGURES

2,1. Illustration du lexique autour des relations aux objets 101
2,2. Echelle de singularisation et d'implication 104
2,3. Echelle de valorisation par des actions quotidiennes envers les objets 116
2,4. Echelle de force (émotionnelle?) dans la relation à l'objet 117
2,5. Domaine de relations quotidiennes aux objets de notre étude 118
2,6. Paramètres et focalisations principales des cadres (et chapitres) 122
2,7. Visualisation comparative des classifications des besoins et plaisirs 148
2,8. Trois niveaux de traitement, adapté de la figure de Norman, 2004 153
2,9. Modèle cadre de l'expérience avec des produits, d'après Desmet & Hekkert 2007 155
2,10. Modèle d'appraisal, adapté de Desmet 2008, Product Emotions 156
2,11. Modèle "Core Affect" adapté de Desmet & Hekkert, 2007 d'après Russell 1980 157
2,12. Adaptation du modèle cadre de réponse consommateur au domaine visuel en design produit, Crilly, Moultrie et Clarkson, 2004 158
2,13. Interprétation du modèle des "four threads of experience" et les trois thèmes pour comprendre les interactions avec la technologie, de Wright et al. 2008 161
2,14. Interprétation schématique du cadre de Odom et al et les "relationship clusters" 173
2,15. Interprétation schématique du cadre de Verbeek (2005) 178
2,16. Les différentes formes de relations d'après Ihde 1990 (et Rosenberger & Verbeek, 2015) 181
2,17. Themes issues des sciences sociales en lien avec les théories de "practice", et aussi sequence dans l'intégration de l'objet, d'après Ingram et al, 2007 191
2,18. Dimensions et/ou étapes dans l'intégration des objets, d'après Silverstone, 2006 192
2,19. Modèle de la temporalité de l'expérience, adapté de Karapanos et al, 2009 194
2,20. Adaptation du modèle "Images, skills, stuff" de Kuijer d'après Shove et al (2005 - 2007) 198
3,1. Modèle de relation durable d'après deux schémas de S.Krawczyck, Nimes, 2014 268
3,2. Schéma en forme d'équation pour création objects à relations pérennes 294
3,3. Cartographie des principaux composants des relations plus pérennes aux objets usuels 366
3,4. Composants en lien avec l'objet présent physiquement ou en tant que symbole 367
3,5. Composants en lien avec le mouvement, la proprioception 368

LISTE DES TABLEAUX

1,1 Disciplines pouvant traiter des relations avec objets (hors design) 17
1,2. Critères pour l'attribution des prix en design industriel, iF, 1996 35
1,3. Qualités relationnelles en lien avec le design comme de l'art 43
1,4. Facettes d'utilité (et qualités relationnelles) en lien avec l'art 47
1,5. Comment améliorer le quotidien à travers (la conception) des objets 52
1,6. Certains facettes du fonctionnel comme qualité d'un objet 57
1,7. Certains facettes du moderne ou futuriste comme qualités d'un objet 63
1,8. Certains facettes du "bon" (design) comme qualités d'un objet 70
1,9. Certaines facettes des objets autour des signes et sensations 80
1,10. Certains questionnements autour de l'objet dans le design actuel 89
1,11. Certains thèmes pouvant influencer négativement les relations aux objets 99
2,1. Chapitres, themes, cadres, domaines de recherche 120
2,2. Les trois modes d'incorporation des objets, (d'après Sartre, 1943) 125
2,3. Catégories et grandes classes de sens (d'après Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton, 1981) 127
2,4 Vue comparative des sens et facettes contenus dans l'attachement aux objets selon les principales théories évoquées 135
2,5. Design Well-being Matrix, d'après Pohlmeyer, 2012 143
2,6. A retenir pour les expérimentations/Points à valider 215
3,1. Aperçu des huit familles d'expérimentations 238
3,2. Titres, consignes et nombres (d'objets) dans les expérimentations 249
3,3. Diversité de choix dans les objets sélectionnés et commentés, cohorte 17 - 26 ans 252
3,4. Les 25 objets le plus sélectionnés et commentés, cohort d'étudiants 253
3,5. Categories définies par CZ/RH, 1981, et comparées à l'Ex1 255
3,6. Schéma de classification par rapport au corps/action 257
3,7. Les determinants présents dans les modèles/schémas d'étudiants 267
3,8. Determinants comparés à ceux de "product attachment" et "emotional durability" 271
3,9. Principaux points de cohérence entre 2 objets choisis pour leur opposition 274
3,10. Points de contraste choisis par le cohort, Ex7 275
3,11. Determinants et thèmes autour de l'utilisation (*using/doing*) 281
3,12 Points de cohérence indirectes relevés, Ex7, en lien avec composant *using/doing* 283
3,13. Determinants et thèmes autour du ressenti (*feeling*) 292
3,14. Composant "*feeling on me*"; points de cohérence indirectes relevés, Ex7 293
3,15 Déterminants et thèmes autour de la temporalité/durabilité (keeping/noticing time) 300
3,16. Composant "temps/durabilité"; points de cohérence indirectes relevés, Ex7 303
3,17. Determinants et thèmes autour des souvenirs et symboles de soi (remembering self) 310
3,18. Composant "souvenirs et symboles de soi"; points de cohérence indirectes relevés, Ex7 311
3,19. Determinants et thèmes autour du plaisir (experiencing pleasure) 318
3,20. Composant "plaisir/expérience"; points de cohérence indirectes relevés, Ex7 318
3,21. Les cinq composants les plus représentés, et des sous-thèmes identifiés 326
3,22. Visualisation des points à retenir/améliorer des dispositifs expérimentaux 352
3,23. Vue globale sur les sept composants identifiés dans les relations (plus pérennes) aux objets 357

BIBLIOGRAPHIE

ACKERMANN, L., MUGGE, R., & SCHOORMANS, J. (2017) Consumers' attitudes to product care: an exploratory study of motivators, ability factors and triggers, *PLATE proceedings*, Delft, p1- 4

ARENDT, H. (1958) *The Human Condition*, University of Chicago Press

ATTFIELD, J. (1997) Good Design By Law: Adapting Utility Furniture to Peacetime Production, Domestic Furniture in the Reconstruction Period 1946 - 56, in PJ Maguire and J.M. Woodham, eds. *Design and Cultural Politics in Post-war Britain*, Leicester University Press, UK

BALL, D. & TASAKI, L. (1992) The Role and Measurement of Attachment in Consumer Behavior, *Journal of Consumer Psychology*, Vol.1, No.2, p 155 - 172

BAKER, S. (1995) To go about noisily: clutter; writing and design, in Emigre No35, Summer

BAKKER, C., & SCHUIT, C. (2017). The Long View: Exploring Product Lifetime Extension. United Nations Environment Programme.

BAKKER, S. (2013) Design for Peripheral Interaction, thèse doctorale soutenu à TU Eindhoven, NL

BARTHES, R. (1957) *Mythologies*, Seuil, Paris, France

BATTARBEE, K. & MATTELMAKI, T. (2002) Meaningful Product Relationships, in proc. Design and Emotion Conference, 1-3 July, Loughborough

BAUDRILLARD, J. (1968) *Le Système des Objets*, Gallimard, Paris, France

—- (1970) *La Société de Consommation*, (Editions Denoël), Folio Essais, Paris, France

BECHARA, A. & DAMASIO, A. (2005) The somatic marker hypothesis: A neural theory of economic decision. *in* Games and Economic Behavior 52 (2005) p336–372,

BELK, R. (1988) Possessions and the Extended Self, *Journal of Consumer Research*, vol15, no.2, p139 - 168.

—- (2001) Materialism and You, *in* Journal of Research for Consumers, Issue 1.

BENNET, J. (2001) *The Enchantment of Modern Life: Attachments, Crossings and Ethics*, Princeton University Press

BETTS, P. (2004) *The Authority of Everyday Objects - A Cultural History of West German Design*, University of California Press, CA, US

BILL, M. (1949) Beauty from function and as function, in *Max Bill, Form, Function, Beauty = Gestalt*, AA Publications, London, 2010

BINSWANGER, M. (2006) Why does income growth fail to make us happier? Searching for the treadmills behind the paradox of happiness. *The Journal of Socio-Economics* 35, p366 - 381

BLANDIN, B. (2001) Des hommes et des objets : esquisses pour une sociologie avec objets, Thèse, CNAM, Paris, France

BLESSING, L. & CHAKRABATI, A. (2009) *DRM, a Design Research Methodology,* Springer, London

BLEVIS, E. & STOLTERMAN, E. (2007) Ensoulment and Sustainable Interaction Design, in IASDR, HongKong

BONEKAMP, L., MUIS, H. ET VAN HINTE, E.,Eternally Yours, un groupe de reflection sur la pérennité des objets fondé par Lisbeth Bonekamp, Henk Muis et Ed van Hinte: henkmuis.com/bntemplate83/eternallyuk.html

BONGARD-BLANCHY, K. & BOUCHARD, C. (2014) Dimensions of User Experience - from the Product Design Perspective. Journal d'Interaction Personne-Systeme (JIPS), AFIHM, 3 (1)

BONNOT, T. (2014) *L'Attachement aux choses*, CNRS, Paris

BOORSTIN, J. (1990) *Making Movies Work: Thinking Like a Filmmaker*, Salaman James Press, Los Angeles, CA.

BORGMANN, A. (1987) *Technology and the character of contemporary life: A philosophic inquiry.* University of Chicago Press

BORJESSON, K. (2006) The affective sustainability of objects. A search for causal connections." Thèse doctorale, The University of the Arts, London

BORJESSON, K. & WOOLLEY, M. (2008) Affect, Emotion and Rationality. Contradictory variables in the aspiration for object longevity? in conf. Design and Emotion, Hong Kong

BOWLBY, J. (1982) *Attachment and Loss, Vol.1. (*London, Hogarth, 1969), Basic Books

BRANDES, U. & ERLOFF, M. (2006) *Non Intentional Design* Daab Publishers, Cologne, New York

BRANDES, U., STICH S. & VENDER M. (2009) *Design by Use; The Everyday Metamorphosis of Things*, Birkhauser, Basel

BRANZI, A. (1984) *The Hot House - Italian New Wave Design,* Thames & Hudson, London

BROWN, T. (2009) *Change By Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*, Harper Collins, New York

CADET, L.(2012) résumé (sur recueil Diderot des editions de l'éclat) « Notes de lecture », Le français aujourd'hui, vol. 179, no. 4, p. 153-155.

CARDOSO, R.(1996) Drawing or Design? the development of the National Art Training School, *in Design of the times: One hundred years of the Royal College of Art*, Eds Christopher Frayling & Claire Catterall, Richard Denis Publications, RCA, London, p20 - 24

CECIL, R. (1801) *Memoirs of John Bacon, esq. R.A. with reflections drawn from a review of his moral and religious character.* R.Noble, London

CHAPMAN, J. (2005) *Emotionally Durable Design: Objects, Experiences and Empathy*, Earthscan Publications, London

—- (2008) Emotionally Durable Design: Sustaining relationships between users and domestic electronic products, thèse présenté à l'université de Brighton, GB

—- (2008) Jonathan Chapman, No Alternative, University of Brighton Repository, 2008, accédé à eprints.brighton.ac.uk/6626/1/No_Alternative.doc

—- (2010) Subject Object Relationships and Emotionally Durable Design, in: Cooper, Tim, ed. *Longer Lasting Solutions: Advancing Sustainable Development Through Increased Product Durability*. Ashgate, London

—- (2015) Hadal or epipelagic? The depths, and shallows, of material experience. In *PLATE, Conference proceedings,Product Lifetimes And The Environment,* Nottingham, 17-19 juin, p57 - 61

CHATELET, F. (1992) *Une histoire de la raison*, Poche, Paris

CHERRIER, H. & PONNOR, T. (2010) Hoarding Behaviour & Attachment to Material Possessions, in Qualitative Market Research: An International Journal, 13(1), p8-23.

COOPER, T. (2004) Inadequate life? Evidence of Consumer attitudes to Product Obsolenscence, in *Journal of Consumer Policy,* December, p421 - 449

CREUSEN, M.(1998) Product Appearance and Consumer Choice, Thèse doctorale, TU Delft, NL

CRILLY, N., MOULTRIE, J. & CLARKSON, P.J. (2004) Seeing things: consumer response to the visual domain in product design, Design Studies, 25/6, p547 - 577

CROSS, N. Designerly Ways of Knowing, in Design Issues, 2001

—- (2006) *Designerly Ways of Knowing*, Birkhauser, Basel

CROUCH, C. & PEARCE, J. (2012) *Doing Design Research*, Oxford, Berg

CSIKSZENTMILHALYI, M. & ROCHBERG-HALTON, E. (1981) *The Meaning of Things, Domestic Symbols and the Self,* Cambridge University Press

CSIKSZENTMIHALYI, M. (1990) Flow: *The psychology of optimal experience*. New York: Harper & Row

—- (2014) The Experience Sampling Method, in *Flow and the Foundations of Positive Psychology*, Springer, Dordrecht, (article original 1983, avec R.Larson)

CUPCHIK, G. (2017) The Half-Life of a sustainable Emotion: Searching for meaning in product usage, in *Handbook of Sustainable Product design*, Routledge, Oxon, p25 - 40

DAMASIO, A. (2000) *The Feeling of What Happens: body, emotion and the making of consciousness*, Vintage, Random House, London

—- (2012) *Self Comes to Mind, Constructing the Conscious Brain*, Vintage Books, London

DE WAAL, E. (2010) *The Hare with Amber Eyes, A Hidden Inheritance*, Chatto & Windus, UK

DESMET, P. M. A., & HEKKERT, P. (2007 Framework of Product Experience. International Journal of Design, 1(1), p13-23,

DESMET, P. M. A.(2008) Product Emotion, in *Product Experience*, Hekkert & Schifferstein, ed, 2008

DESMET P.M.A. & POHLMEYER A.E. (2013) Positive Design: An Introduction to Design for Subjective Well-Being, *in* International Journal of Design, vol.7, no.3, p5-19

DIDEROT, D. (1768) *Regrets sur ma vieille robe de chambre ou Avis à ceux qui ont plus de goût que de fortune,* , publié en 1769 par Grimm et puis en 1772 par Ring. Texte intégrale, avec Satire contre le luxe et fragments de correspondances de Diderot sur les robes de chambre; Editions de l'éclat/ éclats, Paris 2011

DONA, C. (1988) Invisible Design, *in Design After Modernism*, ed; Thackara, p152 - 159

DOURISH, P. (2001). *Where the action is: The foundations of embodied interaction*. Cambridge, MA: MIT Press

DOUVEN, I. (2017) Abduction, Stanford Encyclopedia of Philosophy, https://plato.stanford.edu/entries/abduction/peirce.html accessed 18,04,19

DRESSER, C. (1873) *Principles of Decorative Design*, Cassell Petter & Galpin, London, Re-edition (unabridged): Dresser C. *Principles of Victorian Decorative Design*, Dover Pub. inc, NY, 1995

DREYFUSS, H. (1955) Designing for People, New York, Simon and Schuster

ELLSWORTH, P.C. & SCHERER, K.R. (2003), Appraisal processes in emotion. In Davidson, Scherer & Goldsmith (Eds) *Handbook of the affective sciences*, Oxford University Press

ERLHOFF, M. & MARSHALL, T. (2008(*Design Dictionary: Perspectives on Design Terminology*, Birkhäuser, Basel

FALLAN, K. (2009) One must offer something for everyone, Designing Crockery for Consumer Consent in 1950s' Norway in Journal of Design History, p133 - 149

—- (2010) *Design History, Understanding Theory and Method,* Bloomsbury, 2010

FARR, M. (2011) *Design in British Industry: A Mid-Century Survey,* 1955, re-edition, Cambridge University Press,

FEENBERG, A. (2005) Critical Theory of Technology: An Overview. in Tailoring Biotechnologies, Vol.1 Issue 1. Winter

—- (2009) Review of What Things Do (de Verbeek), in Human Studies Vol. 32, No. 2 (Jun., 2009), p. 225-228

FENKO, A., SCHIFFERSTEIN, H. & HEKKERT, P. (2009) Which senses dominate at different stages of product expérience? In: Undisciplined! Design Research Society Conference, Sheffield Hallam University, Sheffield, UK, 16- 19 July, 2008

FETELL I. (2011) Sad times call for soft textures, *Psychology Today* (http://www.psychologytoday.com)

FINDELI, A. (2001) Rethinking Design Education for the 21st Century: Theoretical, Methodological, and Ethical Discussion, Design Issues: Volume 17, Number 1 Winter 2001

—- (2010) Searching for Design Research Questions: Some Conceptual Clarifications, in *Question, Hypotheses & Conjectures*, DRN, Berlin, 2010

FINDELI, A. ET BOUSBACI, R. (2005) The Eclipse of the Object in Design Project Theories, in *The Design Journal*, November, 8 (3) p35 - 49

FISHER, T., COOPER, T., HARMER, L., SALVIA, G. AND BARR, C. (2015) The relationship between ideas about cleanliness and actions that affect product longevity, in PLATE (conférence) 2015, Nottingham, p199 - 124

FLINT, T. & TURNER, P. (2016) Enactive Appropriation, in *AI & Society*, Volume 31, Issue 1, February, p 41 - 49

FORTY, A. (1992) *Objects of Desire: Design and Society Since 1750*, Thames & Hudson, London & New York

FOSTER, H. (2003) *Design and Crime (And Other Diatribes)*, Verso, London

FRANKEL, L. & RACINE, M. (2010) The Complex Field of Research: for Design, through Design, and about Design, in *DRS conference proceedings,* Montreal (no. 043)

FRAYLING, C. (1993) Research in Art and Design, Royal College of Art, *Research Papers*, 1(1), 1-5.

—- (2012) On Craftsmanship: towards a new Bauhaus, Oberon Books, London

FROMM, E (1976) *To Have or To Be*,, 2013, Bloomsbury Academic, London

FROST, R. & STEKETEE, G. (2010) *Stuff: Compulsive Hoarding and the Meaning of Things*, Houghton Mifflin Harcourt, Boston, New York

FUKASAWA, N. (2007) *Naoto Fukasawa*, Phaidon, London

FUKASAWA, N. AND MORRISON, J. (2007) *Super Normal: Sensations of the Ordinary,* Baden, Switzerland: Lars Müller Publishers

FULTON-SURI, J. (2009). Care and Repair: Strengthening the bond we have with the things we buy. Patterns, issue 30, IDEO. Retrieved from: http://patterns.ideo.com/issue/care_and_repair/, sept, 2018

GANTZ, C. (2014) *The Founders of American Industrial Design,* McFarland, US.

GAVER, W. (2012) What Should We Expect From Research Through Design? CHI 2012, May 5 - 10, Austin, Texas, p937 - 946

GIACOMIN, J. (2014) What is Human Centred Design?, The Design Journal, An International Journal for All Aspects of Design, Volume 17, 2014 - Issue 4, p606 - 623

GLANCEY, J. (2001) sur Jasper Morrison, on Memphis: theguardian.com/culture/2001/sep/06/artsfeatures,arts, accessed July 2015

—- (2003) sur Superstudio, https://www.theguardian.com/artanddesign/2003/mar/31/architecture.artsfeatures, pour l'exposition "Superstudio, Life without Objects", British Design museum, 2003, accessed July 2015

GREEN, S. (2015) Understanding Design Impact: A new framework for understanding the potential of design and enhancing future professional practice, Thèse doctorale, Brunel University, GB

GREENWALD, A. & BANAJI, M. (2017) The Implicit Revolution: Reconceiving the Relation Between Conscious and Unconscious, American Psychologist, Vol 72, No 9, p861 - 871

GRIMALDI, S. (2017), Surprising Longevity. in Chapman, J. ed. *The Routledge Handbook of Sustainable Product Design,* Routledge, Abingdon, Oxford, p298 - 315

GRÖNMAN, H. (2006) "Its ugly and thick" - Displeasing Design in private households, in conférence Design & Emotion, Gothenburg, Sweden

GRUDIN, R. (2011) *Design and Truth*, Yale University Press

GUILLARD, V. (2009) La tendance de certains consommateurs à tout garder, thèse, Paris Dauphine

—- (2013) *Garder à tout prix - Décryptage d'une tendance très tendance*, Vuibert, Paris

GULDEN, T. & MOESTUE, C. (2011) Contexts of Experience (COE) A Psychology Based Design Tool, Towards Sustainable Consomption Through Extending Product Lifetime. in IASDR,Delft, NL

GWILT, A., LEAVER, J., FISHER, M. & YOUNG, G. (2015) Understanding the caring practices of users, in PLATE conference, Nottingham Trent University, 17/19 June, p125 - 129

HADDON, L. (2006) Empirical studies using the domestication framework, in Domestication of Media and Technology, eds. Berker T., Hartmann M., Punie Y. & Ward K., OpenUP, p103 - 122

HAINES-GADD, M., CHAPMAN, J., LLOYD, P., MASON, J. AND ALIAKSEYEU, D. (2017) Design framework for emotionally durable products and services, in PLATE, (Conference), Delft University of Technology, p154 - 160

HAKIM Z. (2013) De la sensibilité : Diderot et l'ordre du descriptif, in *Penser l'art dans la seconde moitié du XVIII^e siècle : théorie, critique, philosophie, histoire, collection d'histoire de l'art, Villa Medicis*

HANCOCK, P., PEPE, A. & MURPHY, L. (2005) Hedonomics: The Power of Positive and Pleasurable Ergonomics, Ergonomics in Design The Quarterly of Human Factors Applications 13(1):8-14 · December

HANNINGTON, B. (2007) Generative Research in Design Education, in IASDR 07, Hong Kong

HARA, K. (2007) *Designing Design*, Lars Müller Publishers, Zurich

HASSENZAHL, M. (2007) The Hedonic/Pragmatic Model of User Experience, *in* Towards a UX Manifesto, Lancaster, UK, *in* HCI

—- (2008) Aesthetics in interactive products: Correlates and consequences of beauty, *in* Schifferstein H.R.J & Hekkert P. eds, *Product Experience*, p287 - 302

HASSENZAHL, M., ECKOLDT, K., DIEFENBACH, S., LASCHKE, M., LEN, E., KIM, J. (2013) Designing Moments of Meaning and Pleasure. *Experience Design and Happiness.* International Journal of Design, vol 7, no.3

HAUG, A.(2016) Design of resilient consumer products, in Design Research Society 50th Anniversary Conference, 27 - 30 June, Brighton, UK

HAUSER, S., WAKKARY, R., ODOM, W., VERBEEK, P-P., DESJARDINS, A., LIN, H., DALTON, M., SCHILLING, M. & DE BOER, G. (2018) Deployments of the table-non-table: A Reflection on the Relation Between Theory and Things in the Practice of Design Research, *CHI 2018,* April 21–26, Montreal, QC, Canada

HEATH, C.& HEATH, D. (2007) *Made to Stick; Why some ideas survive and others die*, Random House, New York

HEIDEGGER, M. *Being and Time*, (1927) trad. Macquarrie & Robinson, Blackwell, Oxford, 1962 (*Sein und Zeit*)

—- (1956) L'Origine de l'oeuvre de l'art, (traduction Albert Hofstadter, in *Poetry, Language, Thought*, Harper & Row, New York, 1971), (Heidegger, Basic Writings, Routledge Classics, Abingdon, Oxon, UK 2011

HEINICH, N. (2017), *Les Valeurs*, Gallimard, Paris

HEKKERT, P. (2006) Design Aesthetics: Principles of Pleasure in Design, *Psychology Science,* vol. 48 (2), p157 - 172

HEKKERT, P. & SCHIFFERSTEIN, H. (eds). (2008) *Product Experience*, Elsevier, Oxford & Amsterdam

HEKKERT, P. & LEDER, H. (2008) Product aesthetics, *in Product Experience*, (eds Schifferstein & Hekkert), p259 - 286

HESKETT, J. (2003) *Toothpicks and Logos: Design in Everyday Life*, OUP, Oxford

HIELSCHER, S. *Are You Worth It? A Practice-Oriented Approach to Everyday Hair-Care to Inform Sustainable Design and Sustainable Consumption Practices*, thèse doctorale soutenue à Nottingham Trent University, UK 2011,

HIESLINGER, K. & MARCUS, G. (1993) *Landmarks of 20th Century Design: An Illustrated Handbook*, Abbeville Press, New York

HIGHMORE, B. (2008) *The Design Culture Reader*, Routledge, London & New York

—- (2011) *Ordinary Lives, Studies in the Everyday*, Routledge, London & New York

HILL, G. (2011) Less Stuff, More Happiness, TED: ted.com/talks/ graham_hill_less_stuff_more_happiness?

HINTE (VAN) E. (1997) *Eternally Yours: Visions on Product Design,* O1O Publishers, Netherlands

HODDER, I. (2012) *Entangled: An Archaeology of the Relationships Between Humans and Things*, John Wiley & Sons,

—- (2014) The Entanglements of Humans and Things: A Long-Term View, New Literary History, Volume 45, Number 1, Winter 2014, pp. 19-36

HUSTVEDT, S. (2016) The Delusions of Certainty. Reflections on the Mind-Body Problem, Simon & Schuster, USA

HUSTWIT, G. (2009) (réalisateur) *Objectified*, film documentaire

HUYGHE, P-D. (2014) Design Comme Prudence, essai dans: *A Quoi Tient le Design*, De L'incidence éditeur, Paris

IHDE, D. (1990) *Technology and the lifeworld: From garden to earth. Bloomington*, IN: Indiana University Press, pp72 - 108

ILMONEN, K. (2004) The Use of and Commitment to Goods, *Journal of Consumer Culture*, Vol 4 (1):27 - 50

INGOLD, T. (2010) Bringing Things to Life: Creative Entanglements in a World of Materials, ESRC National Centre for Research Methods NCRM Working Paper Series, no.05/10

—- (2011) Creativity - Abduction or Improvisation, séminaire à Keble College, Oxford, 2011, disponible sur; https://podcasts.ox.ac.uk/creativity-lecture-3-creativity-abduction-or-improvisation, accedé au 18,04,19

—- (2014) Design Anthropology is not, and Cannot be, Ethnography, in Research Network for Design Anthropology Seminar, Aberdeen, Scotland

—- (2017), *Correspondences*, publié par University of Aberdeen; disponible à *knowingfromtheinside.org*

INGRAM J., SHOVE E. & WATSON M. (2007) Products and Practices: Selected Concepts from Science and Technology Studies and from Social Theories of Consumption and Practice, Design Issues: Volume 23, Number 2 Spring, MIT Press, P3 - 16

JORDAN P., (2000) *Designing Pleasurable Products: An Introduction to the New Human Factors*, CRC Press (Taylor & Francis), London

JULIER G. (2007), Design Practice within a theory of practice, Design Principles and Practices: An International Journal, Common Ground, Melbourne, Australia

JUNG, H., BARDZELL,S., BLEVIS,E., PIERCE,J. & STOLTERMAN,E. (2011) How Deep is Your Love: Deep Narratives of Ensoulment and Heirloom Status. *International Journal of Design*, 5(1), p59-71

KAHNEMAN, D. & RIIS, J. (2005) Living, and thinking about it: two perspective on life, in Felicia A. Huppert, Nick Baylis & Barry Keverne (eds.), *The Science of Well-Being*. Oxford University Press. pp. 285–304

KAHNEMAN, D. & DEATON, A. (2010) High income improves evaluation of life but not emotional well-being, Center for Health and Well-being, Princeton University, US

KARANA, E., GIACCARDI, E. & ROGNOLI, V. (2017) Materially Yours, in ed. Chapman J. *Routledge Handbook of Sustainable Product Design*, p206 - 221, Routledge, Abingdon, Oxford

KARAPANOS, E., ZIMMERMAN, J., FORLIZZI, J. & MARTENS, J.B. (2009) "User Experience over Time: An Initial Framework." *In* Conference on Human Factors in Computing Systems. April 4-9, 2009, Boston, Massachusetts, p729 - 738

KARAPANOS, E., ZIMMERMAN, J., FORLIZZI, J. & MARTENS, J.B. (2010) Measuring the dynamics of remembered experience over time. Journal: *Interacting with Computers*, Elsevier (doi:10.1016/j.intcom.2010.04.003)

KARAPANOS, E., MARTENS, J.B., & HASSENZAHL, M. (2010), On the Retrospective Assessment of Users' Experiences Over Time: Memory or Actuality?, in *CHI 2010*, Atlanta, GA, USA (4075-4080. 10.1145/1753846.1754105)

KAUFMANN, E., Borax—or the Chromium-Plated Calf, 1948, Architectural Review, August, p88 - 93

KAUFMANN, J-C. (1997) Le monde social des objets. In: Sociétés contemporaines N°27. Autour d'Everett C. Hughes. pp. 111-125

—- (1997) *Le Coeur à l'ouvrage, Théorie de l'action ménagère*, Armand Colin, 2015 (1997, Nathan) France

—- (2011), *Le Sac, Un Petit Monde d'Amour*, JC Lattès, France

KING, D. & JANISZEWSKI, C. (2011) Affect gating, Journal of Consumer Research , vol 38, December

KLEINE, R., KLEINE, S. & KERNAN, J. (1993) Mundane Consumption and the Self: A Social-Identity Perspective, Journal of Consumer Psychology, 2 (3), 209-235.

KLEINE, S. & BAKER, S. (2004) An Integrative Review of Material Possession Attachment, *Academy of Marketing Science Review*, no.01

KOPYTOFF, I. (1986) The cultural biography of things: commoditization as process, in Appadurai, T*he cultural Biography of Things*, Cambridge University Press

KOSKINEN, I. (2003) Empathetic Design in Methodic Terms, in *Empathic Design: User Experience in Product Design*, IT Press

KRIPPENDORFF, K.(1989) On the Essential Contexts of Artifacts or on the Proposition That "Design Is Making Sense (Of Things)", *Design Issues*, Vol. 5, No. 2 (Spring), p. 9-39

KUIJER, L. (2014) *Implications of Social Practice Theory for Sustainable Design*, thèse doctorale soutenu au TU Delft, NL.2014

KUJALA S., ROTO V., VÄÄNÄNEN-VAINIO-MATTILA K., KARAPANOS E. & SINNELÄ A, (2011) UX Curve: A method for evaluating long-term user experience, *Interacting with Computers*, British Informatics Society Ltd, Elsevier

LAHOR J. (1904) [pseud. de H. Cazalis], La Société internationale d'Art Populaire et d'Hygiène, 1904 https://journals.openedition.org/inha/6033

LATOUR B. (1991) *Nous n'avons jamais été modernes. Essai d'anthropologie symétrique*. Paris: La Découverte. 1991

—- (1996) *Petite réflexion sur le culte moderne des dieux faitiches*, Les Empêcheurs de penser en rond, Paris.

—- (2000) Factures/fractures, de la notion de réseau à celle d'attachement, in André Micoud et Michel Peroni, *Ce qui nous relie*, editions de l'Aube, La Tour d'Aigues

—- (2005) *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. Oxford: Oxford University Press

—- (2008) A Cautious Prometheus? A Few Steps Toward a Philosophy of Design, Keynote lecture, Design History Society, Cornwall

LAVERIE D., KLEINE R. & KLEINE S. (2002) Reexamination and Extension of Kleine, Kleine, and Kernan's Social Identity Model of Mundane Consumption: The Mediating Role of the Appraisal Process, Journal of Consumer Research, Volume 28, Issue 4, 1 March 2002, p. 659–669

LEDER, H., BELKE, B., OEBERST, A. & AUGUSTIN, D. (2004) A model of aesthetic appreciation and aesthetic judgements, British Journal of Psychology, 95, 489 - 508

LEES MAFFEI G. (2009) The Production–Consumption–Mediation Paradigm, Journal of Design History, Volume 22, Issue 4, December 2009, Pages 351–376

—- (2014) Streamlined Pencil Sharpener, in *Iconic Designs: 50 stories about 50 things,* Bloomsbury, London

LEHMKUHL U. (2005) Creating Anglo- American Friendship:The Great Exhibition of 1851 and the Social Construction of the "SpecialRelationship" *in* Lehmkuhl U & Schmidt G (eds) *From Enmity to Friendship: Anglo-American Relations in the 19th and 20th century*. Arbeitskreis Deutsche England-Forschung

LESAGE A. (2015) The autotelic experience: A design approach to user experience (UX), thèse doctorale, Université de Montréal

LEUBE M. (2017) A renaissance of animism: a meditation on the relationship between things and their makers, in ed. Chapman J. *Routledge Handbook of Sustainable Product Design*, Routledge, Abingdon, Oxford, p41-52

LÖFGREN O. (2014) The Black Box of Everyday Life, Entanglements of Stuff, Affects, and Activities, Cultural Analysis vol.13. p.77-98, University of California Press

LOVE T. (2002), Constructing a coherent cross-disciplinary body of theory about designing and designs: some philosophical issues, *Design Studies*, Vol 23, 345 - 361, Elsevier Science, London

—- (2003) Design and Sense: Implications of Damasio's Neurological Findings for Design Theory, *in* Proceedings of Science and Technology of Design, Senses and Sensibility in Technology - Linking Tradition to Innovation through Design, 25-26 September 2003. Lisbon, Portugal: IADE

LOY, J. (2012) Creating Confidence in an Alienating Educational Environment, In International Conference on Engineering and Product Design Education, 2012, Antwerp

LUDDEN, G. D. S., SCHIFFERSTEIN, H. N. J., & HEKKERT, P. (2008). Surprise as a design strategy. *Design Issues*, *24*(2), p28-38.

MACLACHLAN, M. (2011) Emotional Design strategies to enhance user experience and encourage product attachment, thèse doctorale, soutenu à Glasgow Caledonian University,

MANZINI, E. (2001) Sustainability and scenario building. Scenarios of sustainable wellbeing and sustainable solutions development, Conference: Environmentally Conscious Design and Inverse Manufacturing, Proceedings EcoDesign 2001

MARCHAND, R. (1995) Designers go to the Fair, in *Design History: An Anthology*, ed. Doordan D, Cambridge MA, MIT Press

MARGOLIN, V. (2002) Politics of the artificial, Essays on Design and Design Studies, University of Chicago Press, Chicago

MARKOSIAN, N. (2000) What Are Physical Objects?, in *Philosophy and Phenomenological Research*, 61, pp375 - 395

—- (2015) The Right Stuff, in *Australian Journal of Philosophy*, 93, p. 665 - 687

MASLOW, A. (1970) *Motivation and Personality*, (2nd edition) Harper & Row, New York

MCDERMOTT, C. (2007) *Design: The Key Concepts* (Routledge Key Guides), Routledge

MEIKLE, J. (2010) "Designing the Machine Age in America: Streamlining in the 20th Century," American Studies (Korea), 33 (November 2010), p251-77

MIDAL, A. (2009) *Design. Introduction à l'histoire d'une discipline*, Agora, Pocket, Paris

MILLER, D. (2005) ed. *Materiality*, Duke University Press, Durham

—- (2008) *The Comfort of Things*, Polity Press, Cambridge

—- (2010) *Stuff*, Polity, Cambridge

MOFFAT, C. (2011) Anti-Design, article sur http://www.arthistoryarchive.com/arthistory/antidesign

MORRIS, W. (1888) *The Aims of Art* in *Signs of Change,* 1888, Re-publié par Read Books Ltd, 2013

—- The Decorative Arts: Their Relation to Modern Life and Progress : an Address Delivered Before the Trades' Guild of Learning - ebook (free) accedé aout 2016 : https://books.google.fr/books

MUGGE, R., SCHIFFERSTEIN, H. & SCHOORMANS, J. (2006) A Longitudinal Study of Product Attachment and its Determinants, European Advances in Consumer Research Volume 7, 2006

MUGGE, R. (2007) Product Attachment, thèse présenté à l'université de Delft, NL

—- (2008) *Emotional Bonding with Products. Investigating Product Attachment from a Design Perspective*, VDM Publishing, Saarbrucken

MUIS, H., BONEKAMP, L., VAN HINTE, E. & ODDING, A. (1995) Cultural and Social Aspects of Sustainable Product Development, the research and development program Eternally Yours, in: 2nd European Round Table, theme 3: sustainable product development

MYERSON, J. Scaling Down: Why Designers Need To Reverse Their Thinking, https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405872617300552 (accedé 26,11,2018)

NELSON, H.G. & STOLTERMAN, E. (2003) *The Design Way, Intentional Change in an Unpredictable World*, Educational Technology Publications. New Jersey

NICOLINI, D. (2017) Practice Theory as a Package of Theory, Method and Vocabulary: Affordances and Limitations, *in Methodological Reflections on Practice Oriented Theories*, Eds: Michael Jonas, Beate Littig, Angela Wroblewski, Springer International, p 19-34

NORMAN, D. (2004) *Emotional Design, Why We Love (or Hate) Everyday Things*, Basic Books, New York

—- (2009) Memory is more important than actuality, in *Interactions*, March, April

O'BRIEN, H. & TOMS, E. (2008) What is user engagement? A conceptual framework for defining user engagement with technology. in *Journal of the American Society for Information Science and Technology,* April

ODOM, W., PIERCE, J., STOLTERMAN, E. & BLEVIS, E. (2009) Understanding Why We Preserve Some Things and Discard Others in the Context of Interaction Design, *in* CHI 2009, April 4–9, 2009, Boston, MA, USA

ODOM, W & WAKKARY, R. (2015) Intersecting with Unaware Objects, C&C, Glasgow, UK

OLSEN, B. (2003) Material Culture after Text: Re-Membering Things, Norwegian Archaeological Review, Vol. 36, No. 2.

PAPANEK, V. (1971) Design for the Real World (Thames & Hudson, 1972)

PARSONS, T. (2009) IsIronyKillingDesign, objectthinking.com, (accédé aout 2016) (article initialement publié dans Central Saint Martins MA Industrial Design Yearbook 2006)

—- *Object Design*, video (https://www.youtube.com/watch?v=oL82p9QgFKs) (professeur au SAIC (Chicago) pour tenter de parler de l'ambiguité de l'activité de design) accédé aout, 2018

PEVSNER, N. (2011) An Enquiry into Industrial Art in England, 1937, re-edition Cambridge University Press

PHYSICK, J. (1996) The Government School of Design: foundation, rebellion, investigation, and the triumph of Henry Cole, *in Design of the times: One hundred years of the Royal College of Art*, Eds Christopher Frayling & Claire Catterall, Richard Denis Publications, RCA, 1996, p20 - 24

PISCICELLI, L., MORENO M., COOPER T. & FISHER T. (2016) The Individual-Practice Framework as a design tool to understand consumer behaviour, chapitre dans Sustainable Consumption (journal), Springer, p35 - 50

POHLMEYER, A. (2012) Design For Happiness, in Interfaces, Autumn

RAIZMAN, D. (2003) *History of Modern Design: Graphics and Products Since the Industrial Revolution*. Laurence King Publishing, London

RAMAKERS, R. BAKKER, G. (1998) *Droog Design: spirit of the nineties*, 010 Publishers, NL

RAMIREZ, M., KO, K. & WARD, S. (2010) Introducing industrial design students to long-term product attachment, in Connected, 2nd International Conference on Design Education, UNSW, Sydney, Australia

RAUTIO, P. (2013) Children's Geographies: Children who carry stones in their pockets: on autotelic material practices in everyday life, *Children's Geographies*, Routledge, UK (DOI: 10.1080/14733285.2013.812278)

RAWSTHORN, A. (2006) The Crate: Inspired design? Or just a crate? - Style - International Herald Tribune, Inspired Design; www.nytimes.com/2006/08/13/style/13iht-design14.2464582.html, accédé, aout 2016

—- (2013) *Hello World: Where Design Meets Life*, Penguin Books, UK

REAL DEL SARTE, O. (2008) Perspectives piagétiennes sur l'attachement. Une ressource pour la thérapie systémique?, Thérapie Familiale 2008/1 (Vol. 29), p. 5-19.

RHEIMS, M. (1959) *LA VIE ÉTRANGE DES OBJETS*, UNION GÉNÉRALE D'EDITIONS, PARIS

RINKINEN, J., JALAS, M. & SHOVE, E. (2015) Object Relations in Accounts of Everyday Life, in Sociology 1-16 - Special Issue on Sociologies of Everyday Life

ROSE, D. (2014) *Enchanted Objects: Design, Human Desire and the Internet of Things,* Scribner Book Company, New York

ROSENBERGER, R. & VERBEEK, P-P. (2015) A Field Guide to Postphenomenology, *in Postphenomenological Investigations: Essays on Human-Technology Relations*, Lexington, p.9-41

ROUTARINNE, S. & REDSTRÖM, J. (2007) Domestication as Design Intervention, *in* Design Inquiries, Stockholm

ROZENDAAL, M. & SCHIFFERSTEIN, H. (2010) Pleasantness in Bodily Experience: A Phenomenological Inquiry, International Journal of Design, vol 4, no.2, p55 - 63

RUSKIN J. (1854) *The Opening of the Crystal Palace Considered in Some of Its Relations to the Prospects of Art, 1854* https://archive.org/details/openingofcrystal03rusk/page/n2, accédé juillet, 2016

RUSSO, B. & HEKKERT, P. (2007) On the Conceptualization of the Experience of Love: The Underlying Principles, in Designing Pleasurable Products Conference, (DPPI), p12 - 19

SANDERS, E. & STAPPERS, P.J. (2008) Co-creation and the new landscapes of design, in CoDesign, International Journal of CoCreation in Design and the Arts, Volume 4, Issue 1: Design Participation(−s), p5 - 18

SARTRE, J-P. (1993) *l'être et le néant, essai d'ontologie phénoménologique*, Gallimard (1943)

SADAUNE, S. (2003) « L'ouverture excentrique du Salon de 1769 ou portrait du Philosophe en robe de chambre », Recherches sur Diderot et sur l'Encyclopédie [En ligne], 35 | 2003, document 1, mis en ligne le 16 février 2011

SAVAS, O. (2008) Emotions for the necessary, METU JFA, p163 - 175

SCHAEFFER, J.-M. (2010) *Théorie des signaux coûteux, esthétique, et art*. Tangence editeur, coll. Confluences, Presses Universitaires du Quebec

—- (2015) *L'Expérience Esthétique*, Editions Gallimard, Paris

SCHIFFERSTEIN, H. N. J., & ZWARTKRUIS-PELGRIM, E. P. H. (2008) Consumer-product attachment: Measurement and design implications. International Journal of Design, 2(3), 1-14

SCHIFFERSTEIN, H.R.J & HEKKERT, P. (2008) Product Experience, Elsevier

SCHIFFERSTEIN, H.R.J & SPENCE, C. (2008) Multisensory Product Experience, in Product Experience, Elsevier

SCHOELLER, F. (2017) The principles of Knowledge, thèse soutenu à l'EHESS, Paris

SCHULTZ-KLEINE, S., KLEINE, R. & KERNAN, J. (1989) "These are a few of my favourite things" Toward an explication of Attachment as a Consumer Behavior Construct. Advances in Consumer Research, Vol 16

SCHWARTZ, N., KAHNEMAN, D. & XU J. (2009), Global and Episodic Reports of Hedonic Experience, in Calendar and Time Diary Methods in Life Course Research, ed; Belli R., Stafford F. & Alwin D. Sage publications, p157 - 174

SHALES, E., (2009) Toying with Design Reform: Henry Cole and Instructive Play for Children, Journal of Design History, Vol 22, No1, p3 - 26

SHOVE, E. & WATSON, M. (2006) 'Practice Oriented Product Design Manifesto' (brochure), Durham University, GB

SHOVE, E. (2016) Matters of Practice, chapitre (11) in The Nexus of Practices: Connections, Constellations, Practitioners, Eds. Allison Hui, Theodore Schatzki, Elizabeth Shove, Taylor & Francis

SILVERSTONE, R, (2006) Reflections on the life of a concept, in Domestication of Media and Technology, eds. Berker T., Hartmann M., Punie Y. & Ward K., Open University Press, p229 - 248

SMITH, T. (1993) Pure Modernism Inc, in Making the Modern: Industry, Art and Design in America. University of Chicago Press, Chicago (chapitre 11)

SPARKE, P. (2004) An introduction to design and culture, 1900 to the present, (2012) third édition, Routledge, London

—- (2010) The Genius of Design, Overlook Books, London

—- (2013) Ettore Sottsass and Critical Design in Italy, 1965-1985, in eds: Lees-Maffei G. & Fallan K. Made in Italy, Rethinking a Century of Italian Design, Bloomsbury Academic, London

STAPPERS, P.J. & SLEESWIJK VISSER F. (2014) Meta-levels in design research: Resolving some confusions, DRS conférence proceedings, Umea, Sweden

STRAWSON, G. (2004) Against Narrativity, *Ratio*, XVII, 4 décembre, USA

STRENGERS, Y. (2009) Bridging the divide between resource management and everyday life, thèse doctorale soutenu à RMIT, Melbourne, Australie

SUDJIC, D. (2009) The Language of Things, Penguin Books, London (1er publication 2008, Allen Lane)

TAYLOR, D. (2017) A Brief History of (Un)sustainable Design in Handbook of Sustainable Product Design, (ed Chapman J.), Routledge, Abingdon, Oxford, p11 - 24

THACKARA, J.,(ed.) Design After Modernism, Beyond the Object, Thames & Hudson, 1988

—- (2013) *in* The Handbook of Design for Sustainability, ed.Stuart Walker, Bloomsbury Academic, New York (foreword)

THEVENOT, L. (2001) Pragmatic Regimes Governing the Engagement with the World, in Knorr-Cetina, K., Schatzki, T. Savigny Eike v. (eds.), The Practice Turn in Contemporary Theory, Routledge, London, p.56-73

THOMAS, J. (2006) Phenomenology and Material Culture, In: C. Tilley, W. Keane, S. Kuchler, M. Rowlands, P. Spyer, editor(s). Handbook of Material Culture. London: Sage;. p. 43-59

THOMPSON, P. (2016) Philosophy of Technology and the Environment, in The Oxford Handbook of Environmental Ethics, eds Gardiner & Thompson,Oxford University Press, p438 - 448

TIGER, L. (1992) The Pursuit of Pleasure, Little, Brown & Company, Boston

TISSERON, S. (2016) Comment l'Esprit vient aux Objets, (1999), Puf, Paris

TUCKER, I. (2007) *It's furniture but not as you know it*, accédé, aout, 2015, https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2007/may/27/homes

TURNER, P. A (2017) Psychology of User Experience, Involvement, Affect and Aesthetics, Springer International

VAN KRIEKEN, B., DESMET, P., ALIAKSEYEU, D. & MASON, J. (2012) A Sneaky Kettle: Emotionally Durable Design Explored in Practice, Proceedings of 8th International Design and Emotion Conference London 2012 Central Saint Martins College of Arts & Design, 11-14 September

VAN NES, N. & CRAMER, J. (2005) Influencing Product Lifetime Through Product Design, Business Strategy and the Environment, vol.14, p286 - 299, disponible sur: www.interscience.wiley.com,

VAN ROMPAY, T. J. L., & LUDDEN, G. D. S. (2015). Types of embodiment in design: The embodied foundations of meaning and affect in product design. International Journal of Design, 9(1), 1-11.

VEBLEN, T. (1899) The Theory of the Leisure Class, Macmillan, US.(disponible: gutenberg.org/files/833/833-h/833-h.htm)

VERBEEK, P.P. (2005) What Things Do, Philosophical Reflections on Technology, Agency, and Design, Penn State University Press (version originale, De daadkracht der Dingen, 2000)

VERBEEK, P-P., KOCKELKOREN, P. (1998) The Things That Matter, in Design Issues, Vol 14. Number 3, Autumn

VERMAAS, P. & VIAL, S. (2018) Advancements in the Philosophy of Design, eds. Vermaas & Vial, Springer International

VIAL, S. (2010) *Court Traité du Design*, Presses Universitaires de France, Paris

—- *Le Design*,(Que sais-je?) Presses Universitaires de France, 2015

WAAL, (DE) E. (2010) The Hare with Amber Eyes, Vintage Books, London (2011)

WALKER, R. Significant Objects - projet:(http://significantobjects.com) accédé février 2019. et livre; *Significant Objects*, eds: Joshua Glenn et Rob Walker, 2012

WALKER, S. (2004) Object Lessons: Enduring Artefacts and Sustainable Solutions. in The Third International Conference: Design and Manufacturing for Sustainable Development, Loughborough University

—- (2004) Crushed before the Moth; secular time, sacred time and design, in Time in Design, Eternally Yours, ed Van Hinte, 010 Publishers, Rotterdam, p302 - 332

—- (2014) Designing Sustainability: Making radical changes in a material world, Routledge, UK

—- (2017) The object of nightingales: design values for a meaningful material culture, in the Routledge Handbook of Sustainable Product Design, ed. Chapman, p53 - 68

WALLENDORF, M. & ARNOULD, E. (1988) “My Favorite Things”: A Cross-Cultural Inquiry into Object Attachment, Possessiveness, and Social Linkage, Journal of Consumer Research, Vol. 14, No. 4 (Mar., 1988), p. 531-547

WALLMAN, J. (2016) ’Stuffocation’ and the Experience Revolution | James Wallman | TEDxLSE

WHANG, Y., ALLEN, J., SAHOURY, N. & ZHANG, H. (2004) Falling in Love with a Product: The Structure of a Romantic Consumer-Product Relationship, Advances in Consumer Research, Volume 31, p320 - 327

WOODHAM, J. (1997) Putting the Industrial into Design: Early Problems Facing the council of Industrial Design, in *Design and Cultural Politics in Postwar Britain: The "Britain Can Make It Exhibition of 1946*, eds. Patrick Maguire, Jonathan Woodham, Leicester University Press

WRIGHT, P. & MCCARTHY, J. (2004) Technology as Experience, MIT Press, Cambridge MA, London UK,

WRIGHT, P., WALLACE, J. & MCCARTHY, J. (2008) Aesthetics and Experience-Centred Design, ACM Transactions on Computer-Human Interaction, Vol. 15, No. 4, Article 18

YAMAMOTO, H. & MURAKAMI, S, (2017), Impact on resource intensity from consumer disposition. Relationship with product lifetime and disposal. *In* PLATE, 2017 Conference Proceedings, Delft University of Technology, p437 - 441

ZAJONC, A. (1999) Goethe and the Phenomenological Investigation of Consciousness, in Toward a Science of Consciousness III – Stuart R. Hameroff, ed., MA: MIT Press, January

ZIJLEMA, A., VAN DEN HOVEN, E. & EGGEN, B. (2017) Preserving objects, preserving memories: repair professionals and object owners on the relation between memories and traces on personal possessions, *In* PLATE, 2017 Conference Proceedings, Delft University of Technology, p453 - 457

ZUCOTTI, P. (2015) Everything We Touch: A 24-Hour Inventory of Our Lives, Penguin, Random House, UK

INDEX DES NOMS/AUTEURS

ARENDT, Hannah, 110, 126

BACON, John, 39
BEHRENS Peter, 58 - 59
BELK, Russell, 96 - 97, 123 - 125, 129, 259 - 260
BONNOT, Thierry, 46, 105, 116
BORGMANN, Albert, 102, 179 - 180, 185 - 186, 219,
BRANZI Andrea, 71 - 78

CHAPMAN, Jonathan, 100, 113 - 114, 116 - 117, 121, 131 - 132, 140, 148, 230, 245 - 247, 261, 264, 288, 300, 305, 309, 353, 372
COLOMBO, Joe, 42, 69, 77
CRILLY, Nathan, 150 - 151, 157 - 160, 162 - 166
COLE, Henry, 38, 42, 44, 51, 54
CSIKSZENTMIHALYI, Mihalyi, 103, 124 - 127, 130, 133, 135, 139, 168, 184, 186, 232 - 234, 248, 253, 371
CUPCHIK, Gerald, 28, 132 - 133

DAMASIO, Antonio, 163 - 164, 338, 372
DE WAAL, Edmund, 149, 259
DESMET, Pieter, 138, 142 - 144, 150, 153 - 158, 162 - 165, 168, 211, 247, 291, 323
DIDEROT, Denis, 216 - 221 (451 - 453)
DRESSER, Christopher, 40 - 42, 54 - 55, 67 - 68, 92
DREYFUSS, Henry, 19, 48 - 50, 61 - 62, 92

EAMES, Charles & Ray, 47, 68 - 69, 71, 92

FALLAN, Kjetil, 20, 36, 51, 56, 68, 82
FENKO, Anna, 232, 291, 298, 339, 355, 357
FINDELI, Alain, 11, 21, 23, 25, 88, 231
FORTY, Adrian. 22, 36, 52, 56, 60, 62 - 63, 82, 91
FRAYLING, Christopher. 19, 54, 72, 207
FROMM, Erich, 94 - 96, 124
FUKASAWA, Naoto, 66, 76, 186 - 187, 282

GLANCEY, Jonathan, 74, 77 - 79, 81
GUILLARD, Valérie, 97, 202 - 203, 350

HAINES-GADD, Merryn, 30, 247, 263 - 264, 270 - 271, 276, 281, 292, 300, 302, 306, 309 - 310, 317 - 318, 354, 356 - 357, 367, 372
HASSENZAHL Marc, 137, 139, 141 - 142, 144 - 145, 164 - 167, 211, 234, 303
HEIDEGGER, Martin, 108, 169 - 172, 176 - 178, 201, 205, 225, 331
HEINICH, Nathalie, 18, 29
HEKKERT, Paul, 26, 30, 72, 101, 108, 137 - 138, 142, 150, 154 - 155, 157 - 159, 162 - 165, 167 - 168, 232, 291, 296, 323, 339
HESKETT, John, 20, 38 - 39, 55 - 56, 59, 79, 90
HIGHMORE, Ben, 25, 206 - 207, 222, 331, 358
HINTE (van) Ed, 13, 31, 94, 112, 186, 305
HODDER, Ian, 33, 96, 101, 205 - 206, 208, 214, 307, 363

IHDE, Don, 108, 180 - 183, 185 - 186, 210, 219
ILMONEN, Kaj, 103 - 104, 174, 191
INGOLD, Tim, 205 - 208, 214, 225, 231, 235, 239

JORDAN, Patrick, 26, 106 - 107, 136 - 142, 144 - 146, 152, 211
JULIER Guy, 189 - 190, 196, 203

KAHNEMAN, Daniel, 233, 319, 324 - 325, 373
KARANA, Elvin, 358, 360, 362, 366
KARAPANOS, Evangelos, 167, 193 - 194, 209, 230, 233 - 234, 247 - 248, 277, 282, 303
KAUFMANN, Edgar, 65, 68
KAUFMANN, Jean-Claude, 236, 247, 249 - 251, 258, 263, 316, 365
KLEINE, Susan, 105 - 107, 123, 126, 128 - 131, 133, 135, 210, 212 - 213, 263, 371
KOPYTOFF, Igor, 46, 104, 119
KUIJER, Lenneke, 197 - 200, 203, 207, 210

LATOUR, Bruno, 23 - 24, 27, 105 - 106, 117, 198, 203 - 205, 207, 217

LEES MAFFEI, Grace, 12, 36, 61, 81 - 82
LOVE Terence, 16, 20, 100, 164, 188 - 189, 224
LOY, Jenifer, 48, 74, 81 - 82, 84
LUDDEN, Geke, 165, 185, 296, 361

MANZINI, Ezio, 88, 113, 115
MARGOLIN, Victor, 90, 188 - 189
MARKOSIAN, Ned, 27 - 28, 356, 367
MASLOW, Abraham, 82, 139 - 142, 144
MIDAL, Alexandra, 33, 38, 41, 44, 48, 50, 53 - 55, 58 - 59, 62, 65, 68 - 69, 72, 81, 90
MILLER, Daniel, 26 - 27, 30, 93, 95, 116, 170, 192, 225, 232, 247 - 248, 329
MORRIS, William, 41, 44 - 45, 48, 50, 54, 69, 95
MORRISON, Jasper, 66, 73, 76, 86 - 87
MUGGE, Ruth, 26, 101, 104, 107, 115, 123, 128 - 131, 133 - 135, 145, 148, 210, 213, 230, 245 - 246, 263 - 264, 269 - 271, 281, 287, 309 - 310, 316 - 318, 341, 354, 357, 370

NICOLINI, Davide, 196 - 197, 199 - 201, 203
NORMAN, Donald, 48, 102, 137, 145, 148 - 150, 152 - 154, 156, 158 - 160, 162 - 165, 167 - 168, 234, 278, 284, 324 - 325, 373

ODOM, William, 115, 172 - 175, 184, 212, 219, 228 - 230, 237, 246, 254 - 255, 261, 264, 281, 285, 287, 289, 292, 299 - 302, 304, 309 - 310, 334, 343, 357

PAPANEK, Victor, 81
PEVSNER, Nikolaus, 36, 64

RAIZMAN, David, 38, 44, 53 - 54, 56, 58, 79, 90
RAMS, Dieter, 60 - 61, 187, 282
RAWSTHORN, Alice, 12, 19 - 22, 24, 33, 38, 40, 42, 46 - 48, 55 - 56, 59 - 61, 65 - 66, 68 - 70, 84 - 85, 87 - 88, 90
RINKINEN, Jenny, 202, 330 - 331, 333
ROSENBERGER, Robert, 170, 181, 183, 186, 219, 282
ROZENDAAL, Marco, 137, 146 - 147, 211
RUSKIN, John, 41 - 42, 45, 69, 72

SARTRE, Jean-Paul, 124 - 125
SCHAEFFER, Jean-Marie, 11, 21
SCHIFFERSTEIN, Hendrik, 26, 30, 72, 75, 101, 127 - 129, 131, 133 - 135, 137, 146 - 148, 150, 167, 211, 232, 263, 291, 296, 316 - 318, 339, 357
SHOVE, Elizabeth, 174, 189 - 190, 198 - 199, 201 - 203, 212, 337
SILVERSTONE, Roger, 191 - 193, 195, 199, 209, 219, 333 - 334
SLEESWIJK VISSER, Frouke, 18, 222
SOTTSASS Ettore, 42, 46, 72 - 73, 75 - 76, 78, 81
SPARKE, Penny, 19, 48, 54, 73, 82, 90
STARCK, Philippe, 74, 76, 78
STOLTERMAN, Erik, 13, 20, 102, 107, 111, 115, 172
SUDJIC, Deyan, 21 - 22, 26, 41, 43, 45 - 46, 48, 57, 60 - 61, 63, 66 - 67, 71 - 72, 75 - 78, 82 - 85, 88, 90, 187, 282

THACKARA, John, 89 - 90
THEVENOT, Laurent, 102, 117, 199 - 201, 289
TIGER, Lionel, 136, 145 - 146
TISSERON, Serge, 29, 112, 129, 203, 364

VAN ROMPAY, Thomas, 165, 185
VEBLEN, Thorstein, 46, 96
VERBEEK, Peter-Paul, 26, 33 - 34, 82, 113, 115, 169 - 172, 175 - 187, 202, 210, 219, 237, 282, 292
VIAL, Stéphane, 19, 21, 25, 38, 72, 86, 223 - 224, 231

WALKER, Rob, 29, 315
WALKER, Stuart, 90, 93 - 94, 97, 101, 114 - 115, 140, 144, 176, 370
WEDGEWOOD, Josiah, 38
WRIGHT, Peter, 151, 160 - 166

ZUCOTTI, Paola, 26, 116, 124, 227, 229, 230, 248 - 250, 256, 351, 359, 364