

Recueil

NAS

Nouveaux
Actes
Sémiotiques

J. Fontanille & A. Zinna

Les objets au quotidien

Recueil

ISBN: 2-84287-333-5

24 €

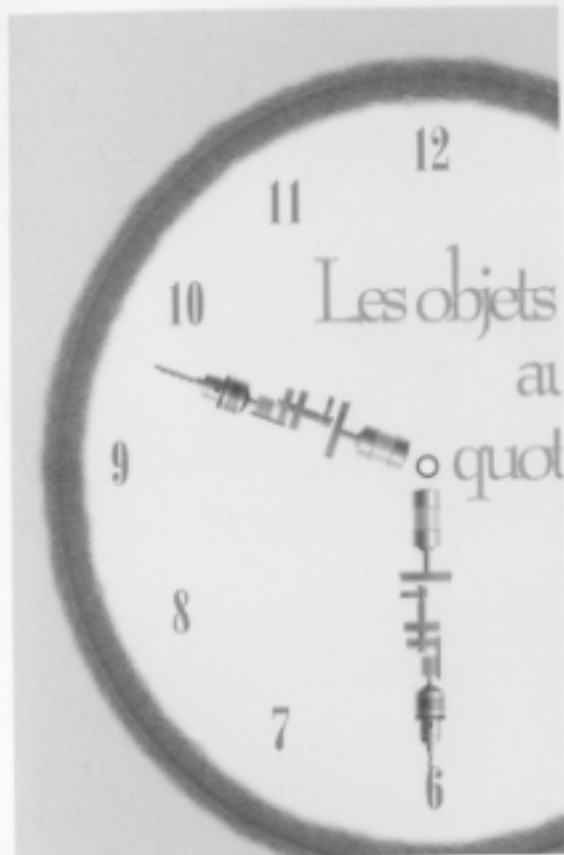


9 782842 873332

Les objets au quotidien

sous la direction de

J. Fontanille & A. Zinna




Pulim

1998

Nouveaux Actes Sémiotiques - Recueil

Collection dirigée par Jacques Fontanille & Alessandro Zinna

sous la direction de
Jacques Fontanille et Alessandro Zinna

**Les objets
au quotidien**

Introduction Jacques Fontanille et Alessandro Zinna	7
Érik Meunier Conscience sémiotique de l'objet quotidien L'analyse des objets et l'analyse du produit	13
Jean-Luc Marion L'objet quotidien	27
Nicolas-Claude Lévesque et Marie-France St-Onge L'objet quotidien, objet de la sémiotique et de la philosophie	39
Renée Gauthier L'objet quotidien, objet de la sémiotique et de la philosophie	51
Walter D. D'Olivero L'objet quotidien	63
Milly Colucci L'objet quotidien	75



Collection Nouveaux Actes Sémiotiques - Recueil

1998

Les objets au quotidien

ISBN 2-84287-333-5
ISSN 1146-7673

Dépôt légal - 1^{re} édition : mars 2005

© Presses Universitaires de Limoges, 2005
39E, rue Camille-Guérin, 87036 Limoges

SOMMAIRE

<i>Présentation</i> Jacques FONTANILLE et Alessandro ZINNA	9
Erik BERTIN <i>Construire un objet de sensations :</i> <i>Sémiotique du sensible et nouveaux produits</i>	13
Jean-Jacques BOUTAUD <i>L'innovation alimentaire</i>	25
Nicolas COUÉGNAS et Marie-Pierre HALARY <i>Objets d'innovation, logique des sensations :</i> <i>le design selon Marc Sadler</i>	39
Florence DANO <i>Du système de valeurs au produit :</i> <i>apports de la sémiotique au développement</i> <i>marketing des produits</i>	61
Michela DENI <i>Les objets factitifs</i>	81
Nelly GIRAUD <i>La sémiotique au service de l'objet technique</i>	99
Federico MONTANARI <i>Un objet 'néo-magique' : le cas des téléphones portables</i>	113

- 11 Idem.
- 12 Groupe 1992 : 232.
- 13 Greimas & Courtès 1979 : 58.
- 14 Miquel 1991 : 57, cité par Rakotonoelina 1998.
- 15 Cf. Brandt 1997.
- 16 Cf. Breton 1995 : 129, cité par Rakotonoelina 1998.

Bibliographie

- AUMONT, J.
1994 *Introduction à la couleur : des discours aux images*, Paris, Colin.
- BARBARAS, R.
1994 *La perception. Essai sur le sensible*, Paris, Hatier.
- BRANZI, A.
1985 *Le design italien : "La casa calda"*, L'Espresso.
- BRANDT, P. Å.
1997 "Grounding Iconicity", in Brogaard B., Johansson T.D., Skov M. (éds.) : *Iconicity a fundamental problem in semiotics*, Copenhagen, N.S.U. Press.
- BRETON, Ph.
1995 *À l'image de l'homme. Du Golem aux créatures virtuelles*, Paris, Seuil, cité par Rakotonoelina 1998.
- CASTELLI CLINO, T.
1993 "Théorie de la pâleur", in Sottsass E., Notes sur la couleur, Elementi, Savigliano, Barbara Radice.
- FLOCH, J.-M.,
1995 *Identités visuelles*, Paris, PUF.
- FONTANILLE, J. & ZILBERBERG, Cl.
1998 *Tension et signification*, Belgique, Margada.
- GREIMAS, A.-J. & COURTÈS, J.
1979 *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette.
- GROUPE
1992 *Traité du signe visuel. Pour une rhétorique de l'image*, Paris, Seuil.
- MIQUEL, C.
1991 *Mythologies modernes et micro-informatique*, Paris, L'Harmattan, (cité par Rakotonoelina 1998).
- PETITOT J.
1991 "Le schématisme morphodynamique de l'aspectualité", in NAS *Le discours aspectualisé*, Limoges, Pullin.
- RAKOTONOELINA F.
1998 "Mythologies, informatique et métaphore", in *Sémiologie, Innovation et entreprise. Actes du colloque de l'Anvie*.

Un objet 'néo-magique' : le cas des téléphones portables

par Federico Montanari

Un monde d'ondes et d'objets évanescents¹

Cet article veut analyser l'objet 'téléphone portable' ; tout d'abord en le supposant plongé dans un univers peuplé par d'autres "êtres", humains et non humains, qui communiquent entre eux. Il s'agira donc d'observer cet objet autant d'un point de vue de la gestualité inscrite en lui-même, que de son design et de son ergonomie : il faudra pourtant articuler les caractéristiques de l'objet 'téléphone' du point de vue chromatique, ergonomique et fonctionnel.

D'autre part, il faut aussi tenir compte des pratiques socioculturelles inscrites dans cet objet et les faire émerger de sa surface technologique : en montrant ainsi la cohérence avec sa forme et son design. Si nous parlons d'ergonomie, donc de la possibilité de manipulation inscrite dans l'objet, c'est parce que le téléphone, conçu comme un texte qui peut être analysé, n'est pas seulement composé par l'ensemble de ses formes, dans sa nature statique, mais aussi par les programmes d'action qui y sont incarnés, au dessous de sa 'peau' technologique.

Pour conduire ce type d'analyse il faut, d'un côté, supposer que la matérialité de l'objet est gouvernée par des mécanismes implicites, de type culturel et social, qui en motivent l'existence même et l'efficacité, considérée aussi comme simplicité d'usage et acceptation esthétique (et ergonomique) de la part des utilisateurs de téléphones portables. Une

telle supposition initiale a comme corollaire l'emploi d'une boîte à outils conceptuelle – sémiotique, anthropologique et sociologique – qui permette d'articuler et de démonter ces mécanismes de construction du sens de l'objet en question. D'un autre côté, il s'agit de reconstruire non seulement la signification de l'objet mais aussi, si possible, de rendre compte de sa construction de sens à l'intérieur de cet univers culturel que nous pourrions définir comme *le monde du téléphone portable* : de l'utilisation de cet objet, des systèmes de valeurs implicites dans ce type de pratiques. Pour tenter même seulement de décrire à larges traits un tel univers culturel, nous pensons qu'il est nécessaire de faire une comparaison entre les différents produits, pour faire émerger certains traits et les principaux lignes de tendance.

Objets à valorisation variable

Il existe des objets et, en particulier, des objets technologiques qui, à l'intérieur d'une culture donnée, semblent être dotés d'un statut particulier, à partir d'études anthropologiques², nous pourrions les définir à caractère "multiple". Il s'agit d'objets qui ne sont pas caractérisés par des fonctions précises et univoques, ou par des utilisations bien délimitées ; ils semblent être au contraire à *géométrie variable*, c'est-à-dire qu'il s'agit d'objets dont le sens et la fonction vont au-delà de leur apparente consistance physique. Les objets technologiques modernes, en particulier, sont multifonctionnels et variables (et, en cela, paradoxalement, plus semblables aux objets magiques des contes ou des sociétés traditionnelles) : pensons au cas du portable, qui renferme les fonctions d'agenda, de *pager*, de terminal Internet, jeu vidéo, décrétant ainsi souvent l'extinction des autres objets, à leur tour déjà multifonctionnels (calculatrices, agendas, etc.). Toutefois, la multiplicité dont les objets technologiques sont dotés ne s'arrête pas là.

La "géométrie variable" des systèmes de valeurs de ces objets n'est pas seulement au niveau fonctionnel ou d'utilisation, mais dans leur esthétique. Il s'agit d'objets qui peuvent être personnalisés, qui peuvent changer de couleurs à volonté, par exemple, ou souvent s'offrent dans une gamme ample de formes ; et il s'agit donc d'objets qui semblent continuellement investis de valorisations variables.

Nous pourrions dire, plus généralement, que ce qui est vraiment variable dans ces objets est *leur champ de rayonnement de valeurs* : à partir d'une ample variabilité des systèmes de valeurs qui sont spécifiques à ces objets, se constitue leur identité variable et celle de leurs pos-

sesseurs. Si, il y a quelques années, un téléphone portable pouvait être considéré comme un objet d'identité sociale (manager, jeune cadre, ou au contraire "un peu ringard", etc.). Aujourd'hui un tel objet est vu et utilisé comme un "être" qui accompagne notre quotidienneté ; et ceci, entre autres, se manifeste autant dans la possibilité de se maintenir toujours en contact avec les autres³, que dans la considération du portable pratiquement comme un instrument pour réaliser de petits rituels, des "tics", lieu de micro-gesticulations, de sonneries, de vibrations, de rappels, de refrains personnalisés d'une micro-communication dans la vie quotidienne.

Donc, on peut dire que le portable en vient plutôt à être montré, "agité", "gesticulé" et pas seulement pour en étaler la possession ; il faut rendre compte de son efficacité à l'intérieur des différents micro-rituels de la communication quotidienne. Le jeune qui parle au téléphone tout en conduisant son scooter sans les mains est vraiment "in", mais il l'est surtout pour lui-même et pour le cercle de ceux qui, pour ainsi dire, font partie de sa tribu, avec ses rites, son jargon, son habillement, ses instruments techniques et ses objets. Ou bien, le mari, ou la femme, "téléguidés" par leur conjoint respectif quand il (ou elle) fait les courses au supermarché, qui insèrent l'objet "portable" dans une série d'actions qui transforment les modalités d'un tel événement social.

Les micro-territoires des objets : des relations intersubjectives aux relations inter-objectives

S'il est vrai que les identités des objets sont, sur le plan des valeurs en jeu, assez variables et non rigides, toutefois sur le plan des pratiques discursives concrètes, c'est-à-dire des processus à travers lesquels de telles identités se concrétisent, ces identités s'imposent d'une manière prégnante et forte. Baudrillard⁴, dans un de ses livres désormais classiques, affirme que, en fin de compte, une des rares "identités" exprimées avec force à l'intérieur de notre culture est celle revendiquée par les objets. Ce sont les objets technologiques, aujourd'hui, les seuls "êtres sociaux" à proclamer une identité : comme d'étranges animaux, avec leurs territoires délimités par des signaux et des chants : comme des oiseaux qui montrent leurs plumages colorés et qui lancent leurs appels ; et non pas les sujets-sujets – indéfinis et indéfinissables dans leur changement et dans la relativité des contextes d'action.

Observons les traits d'un tel principe d'identité des objets : les objets, les téléphones portables, ont un nom propre ; ils possèdent une "peau"

sur laquelle peut être "tatouée" leur personnalisation : ils peuvent avoir, comme nous l'avons déjà dit, différentes couleurs, et ils peuvent être littéralement *masqués*. En outre, ces objets communiquent toujours plus entre eux, sans passer par nous, les humains : ils se transmettent des données sur leur présence ou disponibilité sur le territoire : ils s'avertissent entre eux s'il y a ou pas un signal ou sur leur identité numérique. Nous pourrions évidemment répondre que le fait de nommer des objets fait partie, depuis toujours d'un principe d'ordre propre à toutes les cultures ; que le choix de revêtir un portable avec une certaine couleur ou matériel, ou de le faire communiquer, dépend des choix du sujet, de ses motivations, de ses valeurs ou de son identité.

L'hypothèse que nous soutenons ici est à l'opposé : celle d'une rupture partielle, sur le plan de l'identité, en ce qui concerne le statut de ces objets "magico-technologiques", par rapport à d'autres contextes historico-sociaux et à d'autres cultures. Nous cherchons à voir en quoi consiste une telle rupture et une telle différence.

En premier lieu, et en général, les objets possèdent toujours une identité sémiologique qui leur est propre : comme le disent les chercheurs en sociologie de la technique⁵, les objets, dans chaque société et dans chaque culture, sont toujours, pour ainsi dire, des Sujets : ils communiquent, produisent des signes et des stratégies, des programmes d'action et des programmes de résistance par rapport aux sujets humains. C'est à partir de là que naît l'idée selon laquelle il est nécessaire d'étudier, par l'intersubjectivité, une inter-objectivité : les relations qui, dans une certaine culture, s'instaurent entre les objets-sujets, et non pas seulement entre les sujets-sujets.

En second lieu, il y aurait des cultures, comme celles archaïques, qui possèdent un type de pensée magique ou animiste, et qui ont développé un statut spécial pour certains types d'objets. L'hypothèse est que notre culture a aussi construit un statut assez particulier pour les objets techniques ou scientifiques. Latour (1996) parle à ce propos de "faitiches", d'objets hybrides, qui sont des *fétiches* (objets magico-symboliques qui tirent leur signifié des pratiques où ils sont utilisés) mais aussi des *faits* (c'est-à-dire qui sont à mi-chemin entre des objets physiques et des objets construits par les discours, comme par exemple, les rituels magiques). Et ceci vaut, aujourd'hui, autant pour les objets construits et étudiés dans les laboratoires scientifiques, comme par exemple le "neutrino", que pour les objets proprement technologiques.

C'est de là que part l'idée des objets néo-magiques. Il s'agit de revenir à ce double statut des objets techniques "modernes" : ces derniers

adhèrent en partie au statut d'objets magiques (qui confèrent un "pouvoir faire" et sont relégués à un "faire"), ce sont aussi des "énoncés" technosociaux qui confèrent un "pouvoir être" mais, en même temps, ce sont de véritables "personnages sociaux" indépendants.

À plus forte raison, aujourd'hui, certains objets, comme dans notre cas les téléphones portables, semblent apparaître comme des objets techniques, donc dotés du moderne statut de "faitiches", mais aussi comme de véritables personnages sociaux qui collaborent, nous accompagnent, nous remplacent et nous guident : de véritables *Adjuvants magiques*⁶. Le téléphone portable est toutefois un *Adjuvant magique* assez peu traditionnel : par rapport à celui des contes, il est plutôt un *Adjuvant* qui recouvre du moins le rôle de *Destinateur*, de l'instance, qui communique et décide les valeurs en jeu ; c'est lui souvent qui nous dit quoi faire ou ne pas faire, et comment le faire ; c'est lui qui souvent établit, et invente, les contextes et les situations pour lesquelles il pourrait se rendre utile. De plus, sur le plan perceptif et affectif, une telle attitude de nos objets magico-technologiques, se traduit, comme nous le verrons mieux au cours de notre analyse, en stratégies de séduction : comme le disait Baudrillard, "nous sommes cherchés, aimés par l'objet". Et donc, "puisque'il aime, nous sentons que nous existons : nous sommes personnalisés"⁷.

Les différents niveaux de l'objet 'téléphone portable'

Faisons un pas en arrière. Un objet, dans notre cas, le téléphone portable, peut être étudié, dans le sens sémiotique, selon trois plans d'analyse⁸ : en considérant l'objet comme texte, évaluant ainsi les différents composants et fonctions subdivisées en différents plans et selon différents niveaux de cohérence ; en considérant l'objet du point de vue de ses pratiques de production ; en considérant l'objet comme l'ensemble des pratiques d'utilisation. Naturellement il s'agit de trois plans décomposables seulement en vue de l'analyse : rien du point de vue phénoménologique, de l'objet pris en tant qu'existant, ne nous dit que l'objet est effectivement décomposable de cette façon ; concrètement, les trois plans se superposent et s'accumulent.

Si, en ce qui concerne le plan textuel, nous avons parlé de différents traits et de différents composants plus ou moins cohérents entre eux, en ce qui concerne le niveau des pratiques de production et d'utilisation, on peut parler d'*objet énonciateur* : l'objet capable d'installer son propre point

de vue et sa propre subjectivité paradoxale⁹, même en relation avec l'énonciataire, c'est-à-dire le modèle d'utilisateur inscrit. Un exemple pour tous : un portable qui affiche des caractéristiques données, par exemple un *display* énorme ou, sur les bords, des prises et de petites ouvertures qui donnent accès à des possibilités techniques ultérieures, est un portable qui affiche bien évidemment des caractères de fonctionnalité.

Le niveau configuratif

En premier lieu nous pouvons parler d'une première distribution de traits significatifs que nous pouvons définir de type *configuratif* : ils composent, représentent, les objets en question, c'est-à-dire les différents types de téléphones portables. À partir d'une première observation des différents modèles de portables, en tenant aussi compte des caractéristiques "narrées" par les diverses publicités et par les manuels d'utilisation, certains traits caractéristiques ont été individualisés. Ils représentent, même de façon non exclusive, des *lignes guide*, dans le design et, en particulier, dans le dessin des portables. On a aussi tenu compte des caractéristiques standard relevées par les revues spécialisées, utilisées pour évaluer un modèle par rapport à un autre et donc du discours sur les portables, en plus de ce qui est "énoncé" par les téléphones mêmes. De telles caractéristiques consistent dans : le design, les dimensions, le poids, l'autonomie, la prise de ligne, la sensibilité à la réception, le *display*, les fonctions, la facilité d'utilisation, la dotation, les modes d'emplois, les accessoires, le prix. En outre, une fiche *technique-type* présente des renseignements concernant : la durée de la batterie, les mesures, les accessoires, un kit auto, un *display*, les mémoires, une section opérationnelle (par exemple, rappel des derniers numéros, rappel automatique, vive voix, formes de l'antenne amovible, etc.), les blocs de sécurité, des compteurs, les volumes¹⁰.

L'objectif de notre travail nous porte à nous concentrer sur les traits qui peuvent être indicatifs des composantes gestuelle, ergonomique et de design ; même s'il y a des traits de type fonctionnel qui sont sans aucun doute liés aux valeurs en rapport avec l'ergonomie et le design : l'utilisation de la fonction *one touch* est un cas précis qui, à la lettre, concerne évidemment une catégorie de type gestuel, mais qui est en même temps liée à la fonctionnalité (capacité d'utilisation des fonctions et des commandes avec peu d'utilisation d'une seule touche), jusqu'à devenir une connotation comme "facilité d'utilisation", *friendliness* ; par

métonymie, cette caractéristique *one touch* devient un nom pour définir une catégorie de téléphones portables ; et enfin c'est la *reason why* de la publicité de beaucoup de portables.

Voici un autre exemple désormais peu significatif : le fait de pouvoir ou non extraire l'antenne est proposé par les revues ; il s'agit d'un composant de type fonctionnel ; toutefois, si une caractéristique de ce genre est présente dans un modèle donné de portable, la séquence gestuelle d'utilisation change : même si elle est marginale, l'antenne devra être tirée¹¹.

La grille ci-dessous veut représenter un ensemble de traits qui manifestent des *tendances données et qui actuellement* composent le design et l'ergonomie de certains des portables les plus diffus et les plus récents. Ces traits principaux seront : présence de la touche de navigation ; ample *display* ; design de l'appareil "ample et ultra plat" ; touches avec le volet de couverture (le "flip") ; petit appareil "de poche" ; coloré ou métallique ; formes curvilignes.

Le niveau taxique

Si du point de vue configuratif, les traits soulignés ci-dessus émergent, ce qui est vraiment important pour notre analyse est la *comparaison* entre les différentes distributions de ces traits, à partir des différents modèles. Comme nous l'avons déjà dit ces traits sont assez hétérogènes entre eux, d'autres sont superposables. Voilà alors que, à partir d'une telle comparaison - et, en même temps, en tenant compte des catégories, les plus "connotatives" (ou plus "ingénues"), utilisées par les revues et que l'on peut ramener à des catégories analytiques plus générales :

Usage :

praticité (par ex. grand écran/petit écran ou *display*)

informativité (par ex. facilité de défilement du menu ; facilité d'accès aux différentes fonctions).

Ergonomie :

dimensionnalité (petit/grand ; ample/compact)

prise (naturelle/artificielle ; enveloppant/non enveloppant ; légèreté/lourdeur) ;

gestualité : *geste concentré/geste diffus* (par ex. *one touch/non one touch* ; présence/absence du volet, le "flip").

Sensorialité :

tactilité (continu/discontinu ; lisse/rêche ; souple/dur)
 chromaticité (neutre/coloré ou métallique)
 forme (linéaire/curviligne).

Voici la grille, avec un tableau de synthèse, qui montre les caractéristiques principales des modèles de téléphones portables les plus renommés, en cours entre 1997 et fin 1998. Le corpus d'analyse, même en ce qui concerne les publicités des modèles, se réfère donc en particulier à cette période.

1	2	3	4	5	6	7	
Présence de la touche de navigation	Grand écran	Angèle et ultra-plat	Touche avec coque (présence du volet)	Petit de poche	Coloré ou métallique	Curviligne	Modèles
-	-	-	-	-	-	-	Ericsson
-	-	-	+	+	-	-	GA628
-	-	-	+	-	+	-	GF788
							GF768
-	+	-	-	-	-	-	Siemens
							S10
+	+	-	-	-	+	+	Nokia
+	+	-	+	+	+	+	6110
					+	+	8810
					+	+	(métallique)
-	+	+	-	-	+	+	Telital
							Estro
-	+	+	+	+	-	-	Motorola
-	-	+	+	+	-	-	S. 130
							Startac
+	+	-	-	-	+	-	Panasonic
					+	-	G600
					+	-	(métallique)
+	+	-	+	-	+	-	Alcatel
+	+	+	-	+	-	-	One touch
					-	-	O.L.Pocket
					+	+	(gris)
-	+	+	-	+	+	+	Philips
							Genie
Usage		Ergonomie		Sensorialité			

Les propriétés identifiées dans cette grille représentent des tendances : et pour cela elles n'apparaissent pas de façon exclusive. Par exemple, dans les modèles de pointe, il n'y a pas une seule touche de navigation qui permette l'utilisation *one touch*, mais elle est remplacée par une petite "rose" de touches (c'est le cas de Nokia) qui en recouvre la fonction ; il est clair que la fonction est la même, seule change la façon de l'exprimer au niveau de la forme et de l'ergonomie ; une ligne de tendance actuelle est de toute façon maintenue, celle du *one touch*.

Un autre exemple est donné par le caractère curviligne-rectiligne : ce dernier n'est pas interprétable de façon univoque : il existe des modèles qui présentent un caractère rectiligne, même s'il y a la présence de traits de type ergonomique qui peuvent être perçus, à la vue et à la prise comme tels : donc, dans ce cas, avec des bords souples. Nous verrons ci-dessous dans quel sens nous pouvons parler de tendances générales, comme une *orientation du sensible*.

Une autre question : le poids n'a pas été inséré comme trait implicite, car aujourd'hui toutes les maisons de production poussent à une diminution du poids des appareils. La légèreté est donc un caractère important, et varie sans aucun doute d'un modèle à l'autre, mais est peu caractéristique de la différence entre les modèles (même si c'est un trait significatif, comme nous l'avons vu dans la catégorie ergonomique).

Enfin, la sélection des portables décrites ci-dessus a été effectuée sur la base des indications des modèles les plus vendus, indications fournies par les revues spécialisées¹² ou par les gérants d'un point de vente que nous avons interrogés (en Italie). Il y a eu ensuite une autre sélection des modèles sur la base des traits qui se présentaient comme redondants.

Le geste représenté

Remarquons que la gestualité liée au portable n'est presque jamais représentée, ou marquée par les publicités de façon explicite : la plupart du temps ce sont les valeurs, comme l'"élégance", la "facilité d'usage" la *friendliness*, l'"informativité", le "prix concurrentiel", la "liberté d'expression", ou de "choix", qui sont exprimés de façon explicite et souvent banale. La tendance semble être en générale celle d'une représentation implicite de la gestualité allusive ou métaphorique liée à l'utilisation de l'appareil. Le portable pendu à la ceinture de la fille qui peint les murs de sa maison (Nokia), un groupe de personnes souriantes qui sont en train de parler (Panasonic) ou encore une fille qui est en train d'effleurer à peine, alors qu'elle conduit, le portable dans son support. Et même, dans la

publicité d'un modèle plus récent, lequel dans son nom veut représenter le geste par excellence, la "touche" (et justement la fatidique *one touch*), on peut voir soulignée la facilité d'utilisation de ce modèle, l'ampleur de son cadran, mais, significativement, la figure féminine présente dans cette publicité a les mains dans les poches et elle est recouverte partiellement par l'image du portable (Alcatel). Une publicité de Motorola a pris cette direction : elle montre, dans un rapide montage et entre d'autres images, un geste, qui est celui de donner un petit coup avec une seule main, en fermant le petit volet - le "flip" - sur la paume d'une main. Il est intéressant de constater que, s'il y a geste représenté, il est "déclaré", rendu explicite, dans la configuration et dans le design du portable comme le petit volet qui ouvre et arrête la communication. Un tel composant, un tel geste, présents dans d'autres modèles récents avec une variante à coulisse, est en quelque sorte l'*hyperbole* de la gestualité du portable : les gestes sont vraiment réduits au minimum, "miniaturisés". L'"exagération" rhétorique du petit volet est donc encore plus significative, désormais seul élément mobile en opposition à la réduction des autres gestes.

D'ailleurs, ces gestes peuvent être articulés en catégories de type ergonomique, et qui concernent des traits de type "continu" : toujours plus de poli et de rondeur des surfaces, créées pour être suivies et "enveloppées", comme nous l'avons remarqué plus haut, par la main ; le déplacement le plus léger des doigts ou d'un seul doigt, qui effleure et caresse les touches, ou même seulement la touche de navigation ; déplacement qui de toute façon glisse encore une fois sur des surfaces rondes et sur les touches souples et arrondies.

Nous croyons, alors, que la catégorie fondamentale du point de vue somatique et gestuel est celle du *continu/discontinu* : en particulier c'est le *continu à prévaloir*. La seule petite rupture, le petit "clic", est la présence du petit volet ; lequel, une fois fermé, referme l'appareil en un seul bloc lisse, léger et compact, prêt à glisser dans la poche.

Le geste et la parole : ergonomie de la communication

Dans les recherches sémiotiques¹³ l'analyse d'un objet concerne d'habitude l'identification des composants descriptifs et configurationnels d'un objet. Cette analyse propose en suite une classification de ces composants, et enfin repère des systèmes de valeurs, qui peuvent être subdivisés en *instrumentaux* (composants de traits qui concernent l'agir pratique de l'objet, à leur tour séparables en *critiques* et *ludiques*) ;

mythiques (traits qui concernent la vision du monde contenue dans cet objet) ; *esthétiques* (qui concernent la perception et l'évaluation dans les termes d'une appréciation formelle et plastique de l'objet même). On peut toutefois penser que de telles subdivisions, valables pour des objets traditionnels, tendent aujourd'hui à se mélanger.

Nous avons déjà remarqué que la catégorie du continu/discontinu est valable pour tous les niveaux de construction discursive du portable : elle se traduit à chaque plan de la construction sémiotique de l'objet 'portable' (cognitif, perceptif, affectif) ; plus généralement, au niveau des systèmes de valeurs, il est difficile d'attribuer au seul niveau instrumental ou pratique, certaines caractéristiques, comme, par exemple, celle du *one touch* (facilité d'utilisation), puisque nous avons vu qu'elle est en même temps reconductible à une valorisation de type esthétique-perceptif (le toucher) ou de type mythique ("se rencontrer", "avoir un contact avec le monde entier", par exemple, par la possibilité de "dialoguer à plusieurs voix", grâce, encore une fois, à une seule touche). Plus généralement, les catégories qui concernent l'ergonomie semblent concerner un peu chacun des trois types de systèmes.

Voilà alors que, si ces différents systèmes de valorisation sont dans un premier moment décomposables, séparables entre eux, ils tendent à se dissoudre les uns dans les autres ; et il faut peut-être faire, pour ces objets, d'autres tentatives de catégorisation. Plus en général il nous semble que le niveau de la stéréotypisation de tels systèmes de valeur, surtout en ce qui concerne la publicité, est tellement haut, que cela vaut peut-être la peine de tenter, dans les grandes lignes, une réorganisation des valeurs, à partir d'une autre perspective.

À ce propos, on a vu comment les composantes de type ergonomique, en particulier celles qui concernent la perception de "prise", de "toucher", et ayant de toute façon à faire avec la dimension du "sensible" (du perceptif et de l'affectif), montraient une supériorité de ce trait du "continu". Fontanille¹⁴, dans l'analyse d'un autre objet ergonomique (même s'il n'est pas strictement technologique) comme une petite flasque de voyage, montre comment, entre les différents composants du système des valeurs plastiques, on peut trouver des catégories comme : *curviligne/rectiligne*, *concave/convexe*, *continu/discontinu*, *sensoriel/fonctionnel*, *naturel/artificiel*. Il affirme que l'on pourrait relever des systèmes sémiotiques pour lesquels l'opposition *curviligne/rectiligne* peut exprimer l'opposition *naturel/artificiel* ou entre *sensoriel/fonctionnel*.

En ce qui concerne le téléphone portable on pourrait au contraire formuler une autre hypothèse : on pourrait penser, à partir des traits que

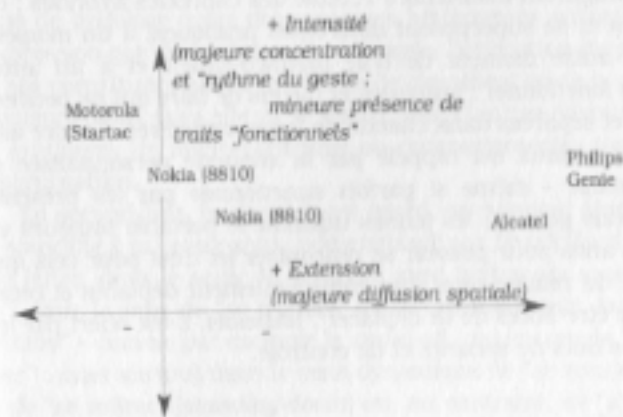
nous avons cherchés, qu'il y a de véritables processus de convergence de valorisations opposées : *coincidentia oppositorum*, fusions de valeurs produites par les pratiques inscrites dans les portables mêmes. En d'autres termes, l'utilisateur du portable serait porté à faire coïncider la fonctionnalité avec la sensorialité, le naturel d'une ligne courbe avec l'artificialité du moyen technologique. Et enfin, la concavité - trait ergonomique que nous n'avons pas encore explicité, mais qui sans aucun doute est présent, surtout dans le type de portables plus récents - serait convertie, à travers la prise de la main qui serre le portable, en un autre type de prise, celle du portable (c'est le cas d'Alcatel pocket) qui, d'une certaine façon, se "recueille" sur lui-même et se concentre autour de ses fonctions - le clavier - en faisant, glisser d'une façon naturelle, les doigts et la voix vers le centre. Mais remarquons aussi que l'opposition concave/convexe représente effectivement la catégorie ergonomique par excellence : on pourrait dire, comme Leroi-Gourhan, qu'il y a réciprocity entre geste et empreinte, entre trace et forme. Une main est prête à recevoir dans sa concavité l'objet convexe, dont l'envers, concave, "accueille" le geste¹⁵.

Il faut souligner comme jusqu'à présent ces catégories, ont été considérées de façon statique, alors que nous avons à peine montré qu'il y a toujours des transformations, donc des processus, qui lient, démontent et remontent ces systèmes de valeurs : il s'agit donc d'indiquer comment de telles valeurs se rendent dynamiques, se composent en séquences d'action plus ou moins prévues par les portables ; à l'intérieur de ce que nous appelons des programmes d'usage et, plus généralement, programmes narratifs. Il s'agit donc de voir comment de telles séquences sont "chargées", incarnées à l'intérieur des objets ou sur leur "peau", à travers les processus de mise en discours. Si, comme nous l'avons dit, il se crée entre sujet et objet, des relations d'enveloppement et, ensuite, comme nous l'avons remarqué plus haut, des processus continus successivement "fluidifiés" dans la gestualité prévue par l'objet, voilà alors que nous pouvons retrouver tout d'abord un rapport entre "moule" et "empreinte" ; et de "continuité", ou de "frontière", entre main et outil.

Du point de vue narratif de telles relations peuvent se configurer comme un "faire", qui est forcé à "ne-pas-pouvoir-ne-pas-faire" : la main suit la forme donnée du portable, qui à son tour (et de façon presque paradoxale) est "empreinte" construite à partir d'un modèle mémorisé d'une gestualité préordonnée : un "ne-pas-pouvoir-ne-pas-faire" qui naît d'un faire virtualisé. Il est bien évident qu'il s'associe aussi, toutefois, à un "vouloir-faire" (l'utilisation de l'objet de la part de son utilisateur) qui, d'une certaine façon, "veut-être".

Il faut, en effet, tenir compte du fait que la majorité des portables s'oriente aujourd'hui vers ce type de formes ergonomiques, sauf dans certains cas où des lignes un peu plus rigides et carrées résistent encore, même si elles sont toujours plus rares et s'accompagnent de toute façon d'une "fluidité" toujours plus importante des commandes et des gestes.

Sur le plan de la pratique énonciative et de la mise en discours, l'objet, selon Fontanille, en offrant une prise, propose en quelque sorte "un point de vue", et même, nous pouvons dire, un "point de touche" à son utilisateur qui adhère à l'offre en serrant plus ou moins sensuellement l'objet. Ajoutons même, en ce qui concerne les portables, qu'il offre un double point de vue, sur l'objet même et sur la façon d'être du sujet : presque une promesse concernant la manière dont il sera utilisé (c'est là, dans un certain sens, le rapprochement avec certains objets "magiques"). Des opérateurs de continuité et de fluidification de la micro-gestualité interviendraient à ce point, comme justement les fonctions *one touch*, ou sur le plan sensoriel, les touches *softs*. Les gestes, comme ceux liés au petit volet, semblent alors être cohérents, c'est-à-dire marquer une fermeture ou une ouverture (ponctuelles), qui entourent, ponctuent, ces processus généralement continus.



Remarquons que certains modèles récents - par exemple Philips "Génie" - n'opposent pas la tendance à la "concentration" (et donc intensification du geste) à celle de la miniaturisation spatiale, mais au contraire les relient positivement.

Bricolage : le statut des sujets et des objets parlants

À partir des analyses sur la construction et représentations publicitaires et cinématographiques de l'objet portable, nous voyons émerger certaines tendances. L'utilisateur du portable – nous l'avons vu – est un sujet peu, ou peut-être toujours moins, définissable : il participe à des systèmes de valeurs qui concernent autant la sphère intime de l'individu que le plan collectif ; c'est dans ce sens qu'il est question de construction de nouvelles subjectivités, liées à une nouvelle éthique sociale qui concerne, en même temps, le pouvoir faire, le pouvoir être, le vouloir faire et le vouloir être. Si le statut de tels objets est hybride (mais nous avons dit fort en même temps dans l'imposition des pratiques et des stratégies d'utilisation), on peut alors proposer l'hypothèse que l'éthique correspondante à l'utilisation de tels objets est hybride elle-même, "métisse" : formée de valeurs qui concernent autant le pouvoir (faire, être) que le vouloir. Les mêmes systèmes de valeurs en somme – analysables, d'un point de vue sémiotique, comme des séquences d'énoncés à caractère modal – sont des systèmes hybrides où l'être et le faire, le pouvoir et le vouloir sont mêlés et enchaînés, strictement liés au vouloir exprimé par ces objets, à leurs stratégies et contre-stratégies.

Ainsi, les plans et les contextes d'action concrets, d'utilisation des portables, se configurent maintenant comme des contextes hybrides : en eux s'enchaînent et se superposent différentes pratiques, à un moment ludiques, à un autre moment de type mythico-rituels et à un autre moment de type fonctionnel ; pratiques et façons de faire qui ne peuvent pas être isolées et séparées dans chacun de leurs caractères. Encore une fois, le manager sérieux est rappelé par la sonnerie personnalisée et "amusante", joyeuse – même si parfois sanctionnée par les présents comme de mauvais goût – ; les jeunes utilisent le portable toujours en contact avec les amis pour pouvoir se rencontrer (et c'est pour cela que le lieu et l'heure du rendez-vous sont continuellement déplacés et renégo-ciés) ; ou pour être libres de se déplacer ; toutefois, il est offert par les parents dans des buts de sécurité et de contrôle.

"Standings" hybrides

Ainsi, l'objet en lui-même, le portable, ne "représente" plus : il n'est plus un objet de statut, mais de médiation, une sorte de collecteur de valeurs, qui s'intègre à l'existence variable de celui qui en jouit. Baudrillard parlait, déjà en 1968, à propos des systèmes des objets tech-

nologiques et de consommation, non pas de statut mais de *standing* (littéralement de "réputation", ou de "rang"). Nous pensons qu'une telle conception doit être reprise justement en ce qui concerne l'analyse de l'utilisation et des pratiques liées au portable. Le *standing*, pour Baudrillard, est une sorte de "critère universel" qui "ne structure pas la personnalité, mais la désigne et la classe. Il ne structure pas le rapport social : il le subdivise en un répertoire hiérarchique. [...] Dans la société de consommation la notion de *statut*, en tant que critère de détermination de l'être social, tend toujours plus à se simplifier et à être identifiée à celle de *standing*"¹⁶. Il devient, en somme, une sorte de système de signes universel, capable de traduire et d'absorber tous les autres systèmes sémiotiques (de reconnaissance de classe, de caste, d'appartenance), et du moins de les rendre homologables et relativisables. Un système qui permet n'importe où une sorte de reconnaissance universelle.

Il y a toutefois deux autres composants qui semblent avoir fait en sorte que le système du *standing* se soit, aujourd'hui, généralisé et radicalisé. Baudrillard parlait encore d'une société où la publicité tonnait, en s'imposant comme un grand "juge social" : "sans cet objet tu n'es pas..." ; aujourd'hui le *standing* semble consister principalement dans l'assemblage des micro-stratégies inscrites sur les objets et ratifiées par les objets mêmes ; et encore une fois, par des "assemblages", des opérations de bricolage entre des systèmes hétérogènes autant sur le plan de l'expression que du contenu. Par exemple, l'utilisation du portable semble ne pas constituer plus qu'un critère de classification de la personnalité du consommateur, mais elle va se fondre avec d'autres éléments hétérogènes de pratiques, de micro-contextes ou comportements, souvent en partie superposables.

En second lieu, toujours à cet égard, on pourrait étendre ce concept de *standing* à un autre sens, non envisagé par Baudrillard : si on le prend à la lettre, dans le sens de *to stand*, avec toutes ses acceptions de "rester", dans le sens de "se trouver" ou de "se maintenir dans une certaine position" – comme par exemple le *stand-off* – ou encore de "résister", "s'arrêter" ; mais surtout dans le sens dynamique de "se reculer" (*stand-back*), ou de "se retirer" (*standing-down*) ou, au contraire, de "s'associer" (*standing-in*) ou de "se proposer". Il s'agit de pratiques – plus que de figures – intéressantes pour les sciences sociales, justement parce qu'elles deviennent typiques de notre culture et de nos façons d'être et de faire. En d'autres termes, il s'agit d'étudier la société, donc les pratiques et aussi les consommations, comme des ensembles de modes d'"entrée" et "sortie" continues, ou de "maintien" (ou incapacité de maintien) de certaines

situations. Dans le cas des portables il faudrait donc observer de quelles façons ils sont des espèces de "connecteurs sociaux" qui, comme d'autres objets ou composants, contribuent à former une sorte de syntaxe de notre façon d'agir quotidienne : ils en ponctuent, rythment les occasions, interviennent et interrompent – souvent mal à propos – ou en liant de façon hétérogène les différents moments.

Il ne s'agit donc plus, comme l'affirmait Baudrillard, de la construction d'une taxinomie sociale universelle, d'un "grand répertoire hiérarchique", mais d'une série de processus : non pas d'une sémantique – d'un grand système classificatoire – mais d'une syntaxe sociale, d'enchaînements et de séquences. Ces segments, hétérogènes par nature, prélevés et fragmentés par des "opérateurs" comme le portable, se recomposeraient ensuite, grâce aux "opérateurs syntaxiques" mêmes, dans un flux de vie quotidienne.

L'objet 'portable' et la gadgetisation

En ce qui concerne l'objet 'portable' il s'agit donc d'en évaluer les pratiques d'utilisation en les envisageant non plus comme des prothèses, mais comme de nouveaux enchaînements, à savoir, des parties de processus plus amples qui concernent aussi des systèmes de valeurs inscrits à l'intérieur de ces objets : leur activation, leurs dynamiques, et non pas leur immobilité de systèmes. En termes sémiotiques, on pourrait dire qu'il est nécessaire d'évaluer pas seulement la sémantique profonde ou les systèmes de valeurs, mais surtout les modes de "mise en discours", de construction concrète des pratiques énonciatives.

Une dernière considération sur les caractères principaux de l'objet 'portable'. Le portable est un objet multiple puisqu'il est investi de multiples valorisations : c'est un petit jouet technologique ; c'est un objet fonctionnel, qui permet une possibilité de mise en communication continue, et qui impose en même temps la nécessité d'une communication sur le réseau (il est aujourd'hui presque impossible de donner un coup de fil d'une cabine téléphonique normale vers un portable, vu les coûts plutôt élevés).

Toutefois, il existe un autre caractère fondamental, typique de l'objet technologique, qui est porté à d'extrêmes conséquences avec le portable : le processus de gadgetisation¹⁷. Baudrillard justement avait remarqué que les objets technologiques modernes étaient caractérisés par certains traits qui en faisaient immédiatement et intrinsèquement des gadgets, ou des agglomérats de gadgets ; en particulier, un tel caractère se base d'un

côté sur la présence toujours plus nombreuse de traits marginaux en apparence, éphémères, qui différencie entre eux les objets, et qui deviennent en suite essentiels. En second lieu, selon Baudrillard, un tel caractère se base sur la tendance "schizofonctionnelle" du "ça peut toujours servir" : il doit exister un objet, ou un gadget, pour chaque fonction imaginée (un peu comme les machines célibataires des dadaïstes ou, dans un sens pataphysique, de "science des solutions imaginaires") : ensembles de trucs¹⁸. Dans le concret, et banalement, un portable produit un sillon d'accessoires, comme des solutions aux problèmes qu'il a lui-même "inventés" (vive voix ou prises pour téléphoner en voiture ; vibreur pour ne pas déranger ; auriculaire ou micro). Toutefois, la tendance plus intéressante semble être aujourd'hui celle d'une radicalisation et généralisation d'un tel processus : encore une fois, dans sa capacité de s'inventer des situations sociales *ad hoc* ; et en particulier des gestualités et des modes d'utilisation.

Les micro-tactiques gestuelles

Sur la base des hypothèses présentées ici, nous pouvons affirmer que c'est l'espace même où adviennent les gestes d'usage des objets technologiques comme le portable, à se transformer aujourd'hui. Baudrillard dit encore : "À la place de l'espace continu, mais limité, que les gestes créent autour des objets traditionnels pendant leur utilisation, les objets techniques créent une surface discontinue et indéfinie"¹⁹. Baudrillard soutient donc que ces nouveaux objets créent aussi un nouveau type d'espace, une discontinuité par rapport aux espaces et à la gestualité des objets traditionnels.

Ce qui se transforme donc c'est la gestualité liée à ces objets : nous aurions non seulement une miniaturisation des objets technologiques, mais aussi une miniaturisation des gestes, à travers une stylisation des formes et donc des gestes mêmes, dont les formes sont le "calque" et l'empreinte ; à travers la maniabilité : c'est-à-dire que les gestes à faire sont réduits au minimum, par rapport aux efforts et aux mouvements ; et enfin à travers l'enveloppement. En ce qui concerne les deux premières catégories, leur signification en relation à la gestualité des portables est assez claire : les gestes sont réduits au minimum et stylisés (pré-programmés), grâce à la *friendliness* des objets qui en garantirait l'utilisation avec peu d'effort. À ce propos, il faut souligner aussi la question de l'enveloppement : il s'agit du rapport ergonomique ; les formes sont adaptés au corps, et au geste ; les objets se profilent en conservant la mémoire, l'empreinte du corps.

Toutefois il faut ajouter un autre caractère, un autre passage qui semble caractériser la gestualité du portable : la fluidification du geste. Cette dernière est, d'un côté, liée à des catégories de type pragmatique et fonctionnel, comme la maniabilité et la facilité d'utilisation ; d'un autre côté, et il s'agit selon nous d'un des points les plus importants, elle concerne le sensible, le monde de la perception, de l'affectif et aussi des synesthésies, c'est à dire les modes de traduction entre un sens et l'autre.

Enfin, si Baudrillard²⁰ pouvait encore affirmer que les objets sont devenus des "acteurs d'un processus global dont l'homme est seulement le scénario, ou au maximum le spectateur", ou qu'ils "sont devenus plus complexes que les comportements des hommes relatifs à ces objets". D'un autre côté, en évaluant aujourd'hui les conditions concrètes d'utilisation, nous constatons que le résultat n'est pas un soi-disant "dépaysement" ou aliénation et uniformisation généralisée des gestes, mais, comme nous le disions, des enchaînements nouveaux et inattendus.

Il nous semble, même sans la possibilité d'autres approfondissements, que l'analyse a fourni certaines confirmations des hypothèses de départ, en particulier sur la correspondance entre la micro-gestualité du portable et son utilisation dans les situations sociales. Il s'agissait principalement de l'idée selon laquelle il fonctionnerait comme un "opérateur syntaxique" des situations sociales, en interrompant et en liant des moments et des contextes hétérogènes ; d'un autre côté il ferait office d'attraction pour des micro-gesticulations : "tics" qui, eux aussi, rythmeraient et en quelque sorte nous aideraient à gérer nos temps et nos espaces sociaux²¹.

Notes

- 1 Dans cet article est présentée, après révision, une partie du travail d'une recherche faite en 1998, dirigée par Gianfranco Marrone et avec Nicola Dusi, de l'Université de Bologne - que je tiens ici à remercier - sur "La culture du téléphone portable", pour l'Institut de recherches Montecelio de la Regione Lazio. Les deux autres parties de la recherche concernent la représentation du téléphone portable à travers la publicité, la presse et le cinéma.
- 2 Par exemple, cf. Douglas (1979).
- 3 C'est de là que vient l'idée de communication phatique qui, selon Marrone, est un des traits typiques de la conversation conduite en public à travers les téléphones portables.
- 4 Baudrillard (1968).
- 5 Par exemple, cf. Latour (1996).

- 6 C'est dans ce sens que, dans les parties de cette recherche dédiées au rôle du portable dans le cinéma et dans la presse, le rôle du portable apparaît comme une sorte d'"Aide magique".
- 7 Baudrillard (1968 : 217).
- 8 Cf. Semprini (1995).
- 9 À première vue il semble difficile d'accepter le fait qu'un objet possède un point de vue et une "subjectivité", ou une identité ; toutefois dans n'importe quel contexte doté de sens, les sujets qui agissent dans un tel contexte sont toujours définis de façon relative et non absolue : ils sont formés par le réseau de relations qui s'impose dans ce contexte donné. Un tel objet est et dit qu'il est ; il fait et il se propose d'une certaine manière. Non seulement, il donne surtout les traces de ses pratiques de projets et de constructions, et ces pratiques peuvent être plus ou moins affichées, plus ou moins dissimulées. Nous pouvons parler dans ce cas d'énonciation énoncée de l'objet.
- 10 Nous pensons qu'il est important de tenir compte du discours que les revues, les publicités et les vendeurs tiennent sur les portables. De ce discours nous noterons un point, apparemment banal : il s'agit, dans ce cas aussi, d'un discours "hybride". Un tel discours, en effet, rend vraiment efficace les "magies" offertes par les maisons de production : il ne s'agit pas seulement, en effet, d'un discours "informatif" ou persuasif : il s'agit aussi d'un discours et d'une pratique rituels (comme la définissent au moins les anthropologues comme Tambiah 1995) ; discours qui contient la répétition obsédante de certains caractères ("mais l'antenne peut être extraite" ?, "A-t-il les batteries au lithium et le *voicemail* ?"). Il s'agit d'un discours auto sécurisant, presque thérapeutique, pour plaquer les moindres anxiétés, et les névroses légères des acheteurs de portables. Il est nécessaire enfin de bien considérer un tel discours, puisqu'il exprime la "compétence implicite" circulante, au niveau de la culture pratique et quotidienne, sur les portables.
- 11 La citation à se rappeler sera évidemment la séquence du film *Prép fiction* analysée par Nicola Dusi, où John Travolta extrait avec un geste marqué - avec les dents, comme s'il avait une grenade - l'antenne de son portable, "il le personnalise".
- 12 Naturellement la recherche se réfère surtout au marché italien. Nous avons, en particulier, utilisé le mensuel *Il telefono* du mois d'octobre 1998. Toutefois, nous avons pris en considération un journal français semblable, le mensuel *Le journal des portables*, avril-mai 1999 en tenant compte de la présentation des mêmes modèles.
- 13 Cf. surtout Floch (1995) et Semprini (1996).
- 14 Fontanille (1995).
- 15 Nous faisons référence évidemment à l'œuvre de Leroi-Gourhan, *Le geste et la parole* (1964), citée aussi dans Fontanille (1995).
- 16 Baudrillard (1968 : 244).
- 17 Cf. Fabbri (1996).
- 18 À ce propos, cf. Barthes (1963).
- 19 Baudrillard (1968 : 65).
- 20 Baudrillard (1968 : 71).

- 21 Bellasi (1987) parle des objets "casse-temps", au lieu de casse-tête, présents dans certaines cultures traditionnelles, spécialement de la méditerranée orientale, comme en Grèce ou en Turquie : des sortes de rosaires que les vieux manipulent de façon automatique et répétée, justement pour rythmer les moments, ou les conversations.

Bibliographie

- BARTHES, R.
1963 "La voiture : projection de l'ego", dans *Œuvres complètes*, Paris, Seuil, 1993-94-95.
- BAUDRILLARD, J.
1968 *Le système des objets*, Paris, Gallimard.
- BELLASI, P.
1987 *Il giardino del Pello. Segni, oggetti e simboli della vita quotidiana*, Genova, Costa & Nolan.
- DOUGLAS, M.
1979 *The world of goods, towards an anthropology of consumption*, London, Allen Lane.
- FABRI, P.
1996 "I percorsi futuri della comunicazione digitale", dans *Minore* (éd.) 1996.
- FLOCH, J.-M.
1995 *Identités visuelles*, Paris, PUF.
- FONTANILLE, J.
1995 "Ergonomia e bio-design", in Pozzato, M. P. (éd.) 1995.
- LATOUR, B.
1996 *Petite réflexion sur le culte moderne des dieux faitiches*, Paris, Synthélabo.
- LEROI-GOURGAN, A.
1964 *Le geste et la parole*, Paris, Albin Michel.
- MINORE, R. (éd.)
1996 *Il tam tam del terzo millennio*, Rome, Cosmopolit.
- NORMAN, A. D.
1992 *Turn signals are the facial expressions of automobiles*, New York, W.W. Norton&Co.
- POZZATO, M. P. (éd.)
1995 *Estetica e vita quotidiana*, Milan, Lupetti.
- SEMPRENI, A.
1995 *L'objet comme procès et comme action : de la nature et de l'usage des objets dans la vie quotidienne*, Paris, Harmattan.
- TAMBAH, S.
1995 *Rituali e cultura*, Bologne, il Mulino, (éd. or. 1985).

"Un non-objet pour un non-consommateur" ou une nouvelle forme de vie selon Starck

par Françoise Parouty-David

Automne 1998 : un nouveau catalogue de Vente Par Correspondance proposé par La Redoute titre : "Good goods. Des non-objets pour des non-consommateurs" sous la signature du designer Philippe Starck, ce qui en oriente d'emblée la réception. Autant dire que cette possible négation de l'objet, énoncée si bruyamment au sein même du contexte de l'objet éminemment commercial et de la VPC a de quoi surprendre. Nous ne prendrons pas en considération ici la complexité de l'instance de l'énonciateur dans ses diverses strates - Starck, La Redoute, l'agence de communication - estimant globalement que leurs visées se superposent. Le catalogue en mains, notre point de vue sera celui de l'énonciataire de l'acte global d'énonciation qui construit le non-objet et son non-consommateur concomitant, dans un double discours linguistique et visuel à considérer simultanément. Le catalogue n'a pu être reproduit dans son entier mais nous proposons en annexe I l'introduction en forme de mythe rédigée par Starck, en annexe II et III des tableaux représentatifs de l'ensemble et commentés ultérieurement.

Les objets sont représentés photographiquement en brillant sur des pages mates. Nous parlerons bien dans un premier temps d'objets pour désigner ceux reproduits dans le catalogue et pas de non-objets car c'est pour l'instant - quoi qu'en dise l'énonciateur - ce que délivre l'observation de cette représentation du monde sensible. Nous avons conscience que si l'objet et sa photographie n'induisent certes pas la même perception,