



HAL
open science

Les happenings du design faible

Claire Azéma

► **To cite this version:**

Claire Azéma. Les happenings du design faible. Figures de l'art - Revue d'études esthétiques, 2015.
hal-02138156

HAL Id: hal-02138156

<https://hal.science/hal-02138156>

Submitted on 23 May 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Les happenings du design faible

Claire Azéma

Résumé

Certains designers empruntent le mode du happening à l'art contemporain pour exposer le design. En nous appuyant sur les classifications du happening d'Allan Kaprow nous nous proposons d'analyser ces modes d'exposition du design pour montrer que ce qui est mis en avant dans les happenings du design faible est bien plus une pratique de production amateur qu'un produit du processus de design. Le happening est en effet avant tout, un mode d'exposition de l'œuvre en train de se faire. Nous verrons que si le design choisi d'exposer des pratiques amateurs, c'est pour échapper au discours et au cadre institutionnel de la discipline, afin de rapprocher le design de la vie et de favoriser le renouvellement du langage du design.

Introduction

Les produits du design sont usuellement exposés dans les magasins, les magazines, les aménagements privés ou publics, ils sont souvent médiatisés par une image de papier glacé où la figure humaine n'est pas représentée. Lorsque le design de produit s'expose au sein des institutions muséales ou des galeries c'est bien souvent sans la participation possible de l'utilisateur, les dispositifs d'exposition ne permettant pas de manipuler les productions, l'utilisateur reste à distance dans un usage fantasmé du produit.

Les artistes parmi lesquels on compte Alan Kaprow qui ont inventé et développé le happening cherchaient à libérer l'art de ses cadres institutionnels ainsi que l'avait formulé le philosophe pragmatique John Dewey. « Si les œuvres d'art se trouvaient placées, dans

l'estime populaire, dans un contexte directement humain, elles posséderaient un attrait bien plus vaste¹». Dewey remet en question la légitimité des lieux d'exposition institutionnels de l'art. Or, la question de l'exposition des productions de design est ambivalente, car ils sont tantôt exposés hors de la manipulation du public dans des cadres institutionnels, tantôt ils peuvent être manipulés sans être proprement utilisés, dans un magasin par exemple, tantôt, encore, ils appartiennent à notre cadre de vie quotidien. Le design, peut se définir comme un art impliqué dans le quotidien au sens où il touche directement au cadre de vie. Chaque jour nous manipulons des produits designés, pour autant peut-on comparer le design des produits courants à un art comme la vie, tel que l'a défini Kaprow ? C'est-à-dire un art affranchi des institutions et qui n'est pas de l'art.

Kaprow, emploie le terme de *happening* dès 1957, mais c'est *18 Happenings in 6 parts*, qui s'est déroulé à New York en 1958 qui est historiquement considéré comme le premier happening. En choisissant ce terme, Kaprow souhaite rompre avec le mode de la performance qui, pour lui, reste trop ancré dans une tradition théâtrale, il souhaite par ce nouveau vocable renoncer aux références de la culture artistique. Il refuse le dispositif scénique face à un public, ce dernier doit participer être impliqué dans le scénario et la réalisation du happening. «Les happenings purs ne sont pas pratiqués dans des situations théâtrales conventionnelles, mais par nature, ferment un espace et imposent une focalisation sur les actions. [...] Certains peuvent être élaborés n'importe où, avec ou sans spectateur².» Le happening n'a pas de forme précise, sa composition est indéterminée ; l'espace et le temps ne sont pas définis au sens où un happening peut durer une seconde ou des mois, parfois des années et peut se jouer n'importe où. Le happening, travaille sur le réel, il n'en n'est pas une imitation comme le théâtre, il repose sur un acte quotidien

¹ Dewey, John, *L'art comme expérience*, traduit de l'anglais (États-Unis) sous la coordination de Jean-Pierre Cometti, Paris, Gallimard, coll. Folio, 2010 édition française.p. 42

² Lussac, Olivier, *Happening et Fluxus, polyexpressivité et pratique concrète des arts*, Paris, l'Harmatthan, 2004. p.196

simple. Son jeu est indéterminé, comme une partition en mots et repose sur une attitude simple qui relève de n'importe quelle décision. Le happening doit «se débarrasser du sentiment d'inspiration propre à l'artiste [car] toute personne possède un quotient créateur³». Enfin, c'est un art qui évacue l'art et se pratique sur un mode «ironique». Par définition le happening n'est pas sérieux.

Au-delà de ses formes, le mode artistique du happening interroge les rapports de l'art à ses institutions. Le design, a priori, est un processus de conception qui formule des produits finis pour l'industrie, destinés à l'usage. Pourtant, Depuis le début des années 2000, certaines productions de designers ont montré le design comme un processus de conception collectif auquel l'utilisateur contribue. Cette contribution ne rappelle-t-elle pas, celle du spectateur du happening, qui devient acteur et créateur de l'œuvre en participant au scénario conçu par l'artiste ? En s'exposant sur le mode du happening, le design ferait intervenir l'utilisateur dans la conception et la mise en forme du produit. Il ne s'agirait plus alors d'exposer un produit au regard et à la manipulation des usagers, mais d'exposer un mode de création propre à l'intervention d'une altérité extérieure au monde des praticiens spécialisés. Le happening pose la question de la valeur des modes de création et de production amateurs. Celle-ci possède une actualité réelle dans le champ du design à l'heure où les nouvelles technologies confèrent aux usagers des appareils d'autoproduction. Nous nous appuyerons sur la pensée du sociologue Pierre Bourdieu pour comprendre les mécanismes à l'œuvre dans les happenings du design et leur rôle dans la reconnaissance des pratiques d'autoproduction des usagers.

Nous nous proposons donc en premier lieu, de présenter les rapports existant entre le design et ses institutions pour saisir les enjeux du happening en design. Nous postulerons à partir de cet état des choses, l'existence de deux tendances du design, l'une forte, et

³ *Ibid.*

l'autre faible définissant des modes opératoires et des positionnements créatifs différents. Par la suite, nous rendrons compte d'une étude de notre corpus d'exemples, puisé dans le design des années 2000 à 2010 employant des pratiques de bricolage, de post-production ou valorisant les pratiques d'un usager-producteur, pour observer ce qui dans ces pratiques du projet et ces modes d'exposition, relève du happening. Cette étude nous conduira à questionner la place et le rôle de l'objet dans les happenings du design faible et à montrer l'intérêt du recours au mode d'exposition du happening en design.

1. De la reconnaissance des modes opératoires amateurs

a. Les institutions du design : design fort / design faible

Le happening s'affranchit des institutions qui cantonnent l'art hors du quotidien pour investir l'espace collectif le temps de la performance.

Dans *Ce que parler veut dire*⁴, le sociologue Pierre Bourdieu explique qu'il ne peut exister d'analyse du langage totalement indépendante du fond social au sein duquel celui-ci est produit. En d'autres termes, il existe un ensemble d'institutions et de spécialistes qui font autorité dans la formation et l'institution d'un langage consensuel, au sens où, «Le recours à un langage neutralisé s'impose toutes les fois qu'il s'agit d'établir un consensus pratique entre des agents ou des groupes totalement différents⁵». Cette structure d'autorité d'un marché se retrouve en Art comme en design. Le design est un processus de conception et de dessin généralement intégré à la sphère de la production. Le designer collabore avec les différents acteurs qui commandent le produit et permettent de le réaliser en plus ou moins grande série. En cela, le processus de design appartient à la classe qui formule les nouveaux produits, comme une autorité décide des bons usages d'une langue. Néanmoins, aux sources de cette pratique se trouve l'idée de *décorum*, c'est-à-dire du

⁴ Bourdieu Pierre, *Ce que parler veut dire*, L'économie des échanges linguistiques, Paris, Librairie Arthème, Fayard, 1982. Edition Kindle.

⁵ *Ibid.* emplacement 181/3434

respect des règles, l'idée qu'il existe un bon usage des choses, de bonnes moeurs, une bonne manière de vivre. Le design sous couleur de chercher à produire pour le plus grand nombre produit malgré tout de l'exclusion. Il exclu par le respect de la norme tous ceux qui ne seraient pas aptes ou désireux de s'y conformer. Tout comme le langage, le design doit se conformer à un certain nombre de règles sociales pour être acceptable.

Par ailleurs, le design en tant que discours convenu institue la soumission de l'utilisateur à un rôle prédéterminé. Selon le point de vue de Bourdieu, les usagers du langage institutionnalisé par une sphère dominante, ne sont pas simplement soumis à un ensemble de règles, ils les acceptent la plupart du temps dans une large mesure.

Interroger le happening revient à questionner les modes reconnus du langage de l'art et du design. L'artiste lui-même n'est bien souvent pas totalement libre du langage qu'il produit. Nathalie Heinich dans *Le triple jeu de l'art contemporain*⁶, explique que l'artiste est soumis à la reconnaissance des institutions, du marché et du public de l'art. Il est à ce titre, remarquable de constater qu'un artiste performer comme Allan Kaprow qui a remis en question les cadres institutionnels de l'art, a produit un certain nombre de textes théoriques et de catégorisations de ces nouvelles pratiques. Comme si l'artiste avait cherché par ce biais à faire reconnaître la valeur artistique de ces nouvelles formes de langage. Si tout une partie de l'art contemporain remet continuellement en question les limites de ce qui peut être reconnu comme Art par le marché, les institutions et le public, nous postulons qu'il en est de même en design.

⁶ Nathalie Heinich, *Le Triple Jeu de l'art contemporain. Sociologie des arts plastiques*, Paris, Éditions de Minuit, 1998. p.53

Si nous revenons à l'idée de deux tendances opposées du design que nous avons formulée dernièrement⁷ et si nous ne cherchons pas à entrer dans la vision d'un rapport de force stérile entre dominant et dominés. Il nous est possible de considérer que la tendance forte du design perpétue l'attachement du design à la sphère de la production du langage institutionnel du design, ainsi qu'une production convenue de design en entretenant les codes et normes établis. D'un autre côté, la tendance faible du design, prend la tangente pour questionner et renouveler le langage du design et lui assurer une diversité qui favorise l'actualisation du langage institutionnel. Cette double tension permet de dynamiser le langage et d'en faire une langue vivante. De la même manière que le mode artistique du happening, au fil du temps est passé du statut d'un mode non reconnu à celui d'un mode artistique reconnu, l'histoire du design nous montre que les discours dissidents du design radical, par exemple, ont fini, au cours des années 1980, grâce notamment au groupe Memphis, par intégrer la sphère du langage qu'il était convenu d'appeler du design.

Le design faible semble donc, à l'instar de *l'art qui n'est pas de l'art (Art Wich Can't Be Art*⁸) conceptualisé en 1986 par Kaprow, chercher à s'affranchir des modes institutionnels de conception, de production et d'exposition du design, pour rejoindre la vie.

b. Le design vers la vie. Classification des modes de design :

Nous allons nous pencher sur la hiérarchie des différents modes artistiques proposée par Kaprow. Cette hiérarchie classe les modes artistiques en fonction de leur nature et de leur

⁷ Claire Azéma, «Un design comme la vie, pour une pragmatique de la pensée faible», *Figures de l'art* n°25, novembre 2013. Nous postulons l'existence de deux tendances générales du design qui constituent deux approches différentes du rapport usager/technique. D'un côté, une tendance, que nous appellerons *forte*, cherche à favoriser la familiarisation de l'utilisateur avec l'inconnu qu'ont pu représenter les nouvelles technologies à toutes les époques. Ce design est universalisant et cherche à établir des standards formels et fonctionnels destinés à structurer de manière uniforme les activités humaines par l'environnement technique. D'un autre côté, il existe une tendance *faible*, au sens où l'entend Gianni Vattimo, qui s'est développée en relation avec l'art contemporain depuis les années 1970.

⁸ Allan Kaprow, *Essays on the blurring of art and life*, ed. Jeff Kelley, University of California Press, Berkeley, Los Angeles, London, p.219

contexte en intégrant des degrés de variations avec la norme établie dans les pratiques artistiques. Nous souhaitons ici transposer cette hiérarchie au design en questionnant ses modes confrontés aux normes reconnues où il est contextualisé. Dans la liste qui suit, nous avons simplement remplacé le mot *art*, par le mot *design*, pour voir si cette classification pourrait permettre de situer les productions et les modes pratiques du design faible. Nous avons conscience que la notion de reconnaissance dépend des contextes et des époques, ainsi le happening est-il devenu lui-même, au fil du temps un mode artistique reconnu. Ce qui nous intéresse dans cette classification, c'est qu'elle conduit la pratique du design de son cadre institutionnel vers les pratiques quotidiennes et permet de situer des degrés de rapprochements entre le design et la vie, comme dirait Kaprow.

Dans la classification suivante, Kaprow emploie la notion de *mode*⁹, qui signifie *la forme particulière d'une action*, et sous-entend une manière singulière de produire l'œuvre. Il insiste également sur la notion de *contexte*, qu'il associe à celle de *lieu*. En d'autres termes, il déclare que le mode opératoire de l'artiste doit être entendu relativement à son contexte, c'est-à-dire, à l'ensemble des circonstances matérielles et conceptuelles dans lesquelles l'art est produit. Il faut y ajouter le rapport au cadre institutionnel d'exposition, car la notion de *lieu*, elle fait référence à la *situation géographique de quelque chose*, mais surtout à *un endroit considéré du point de vue de son affectation*. Par la terminologie *lieu de l'art*, que nous avons remplacée par *lieu du design*, il faut entendre lieu institutionnel du design, lieu conventionnellement affecté à l'exposition et à la présentation des productions du design.

*Hiérarchie des modes artistiques*¹⁰ d'Allan Kaprow transposée au design de produit :

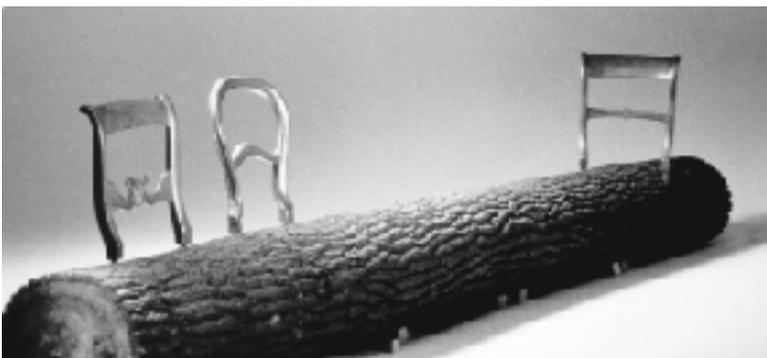
⁹ Définitions, Dictionnaires de Français Larousse, en ligne. <http://www.larousse.fr>, consulté le 01/03/2014

¹⁰ Olivier Lussac, *Ibid.* p.206

- **modes et contextes reconnus de design reconnu (design pour un lieu du design).**

Les produits standardisés de la tendance forte du design entrent dans cette catégorie. ils sont conçus, produits et diffusés selon des modes et dans des lieux conventionnels standardisés.

- **modes non reconnus (non-design) et contextes reconnus (non-design pour un lieu du design).** Le design de post-production qui s'est exposé au début des années 2000 dans les musées est un bon exemple de ce cas. Nous pouvons citer *Tree bunch* de Droog Design, *Healing chair* de Jurgen Bay, la série *Digestion* de Matali Crasset, etc. Le design de post-production emprunte ses pratiques au bricolage pour exposer dans les musées. Ce type de production, issu des pratiques amateur est paradoxalement très médiatisé dans les revues et ouvrages spécialisés.



Jurgen Bey, *Treetrunk bench*, Droog design, 1999

Matali Crasset, *Sofa*, série *Digestion*, sacs de linge remplis de mousse polyuréthane haute densité, 2000

- **modes reconnus mais contextes non reconnus (design pour un lieu de non design).**

Les productions de la *Fabrique Haktion*, plus récemment, entrent dans cette catégorie, car elles proviennent d'un processus de design et de prototypage assez conventionnel, en revanche elles interviennent dans le champ de l'espace collectif sous formes *d'Haktions* court-circuitant les modes habituels de diffusion du design. La *Fabrique*

Haktion interroge l'usage depuis la sphère des utilisateurs, elle emploie un mode reconnu de design pour critiquer et moduler l'espace public. Celui-ci est habituellement conçu de manière consensuelle pour servir au plus grand nombre, cependant qu'il gomme les particularités des quartiers et oublie de répondre à certains besoins réels du terrain. La *Fabrique Haktion* pallie les manques, «met à jour¹¹» les produits issus de la grande industrie dont les cycles de vie ne suivent pas les évolutions rapides des usages. La transformation d'une cabine téléphonique obsolète en point servant à recharger son téléphone mobile, en est un bon exemple. Le recours à la couleur rouge fluorescent qui fait signe dans l'espace visuel neutralisé de l'espace public montre une volonté de rester visible comme procédé alternatif de production de services. Contrairement au produit standard, le produit fluorescent ne cherche pas à s'intégrer visuellement à son environnement, il reste une *greffe*, une *hétérotopie*, un *lieu à part* des conventions.



Fabrique Haktion (Pluvinage, Chassériaux, Bardin), *Cabine électrique*, impression 3D, 2010

¹¹ Sylvain Chassériaux, Conférence à propos de la *Fabrique Haktion*, 19 février 2014, Université Bordeaux 3

- **modes non reconnus (non-design) présentés comme du design dans des contextes non reconnus (non-design comme du design pour un non-lieu du design).** *Apporter sa brique à l'édifice* de 5.5 designers entre selon nous, dans cette catégorie, car il s'agit bien de revendiquer une pratique de non-designer, ou de designer amateur chez les participants, c'est-à-dire un processus non reconnu de design. Les 5.5 Designers, emprunte clairement, nous le montrerons par la suite, le mode du happening. Ce mode artistique est reconnu de nos jours, mais ne constitue pas un mode reconnu en design. Il est important de comprendre que dans ce cas, le design n'est pas simplement le processus qui a conduit les 5.5 designers à concevoir le dispositif offert à la manipulation du public, il s'agit bien de considérer les pratiques des participants comme étant du design. S'il nous est possible aujourd'hui d'envisager l'exposition des produits du design lors de manifestations artistiques annuelles, le fait d'exposer une pratique de production du design reste inattendu dans un tel lieu.



5.5 Designers, *Apporter sa brique à l'édifice*, Festival Rayon Frais, Tours, 2006

- **modes non-reconnus dans un contexte non reconnu comme design (non-design pour un non-lieu du design).** Les post-productions des bricoleurs amateurs sont un bon exemple de ce dernier cas. La plupart du temps ces objets passent inaperçus et ne sont pas exposés, ils sont simplement présents dans le cadre banal du quotidien. Le photographe Jérémie Edwards a cependant présenté quelques spécimen de ces produits

du bricolage au début des années 2000. Le paradoxe est que ces photographies ont pris une valeur singulière en étant publiées dans un ouvrage édité par le VIA¹².

Nous voyons dans cette hiérarchie, comment progressivement l'art a quitté les institutions pour rejoindre la vie, et comment le design ces dernières années a cherché à emprunter des chemins similaires.

Nous avons montré que le design faible avait cherché à s'extraire des modes et contextes établis et reconnus du design. Cela nous conduit-il pour autant à pouvoir considérer ces exemples comme des happenings ?

2. Happening et design

a. Le happening comme mode d'exposition des pratiques amateurs

La figure de l'amateur se développe actuellement grâce aux outils d'autoproduction permis par le numérique. Néanmoins, si le statut de l'amateur acquiert une reconnaissance, en est-il vraiment de même pour ses productions ? Nous en revenons à Bourdieu : il ne suffit pas que l'amateur appartenant à la sphère des consommateurs du langage, bénéficie des mêmes outils que ceux de la sphère de la production pour que ses productions soient reconnues. Certes les communautés d'internet permettent le développement de ce que nous pourrions appeler des dialectes du design, c'est-à-dire des parlés locaux, des esthétiques reconnues seulement par un groupe, mais l'appareillage au même régime que celui de la production ne confère aucune autorité à l'amateur. C'est ce qu'on peut entendre de la bouche de certains designers qui critiquent la qualité des produits amateurs des Fab Lab partagés en open source. Ces «babioles» et autres «porte-clés», n'ont aucune valeur esthétique, aucune valeur sur le marché institutionnel du design. Or, dans les productions du design faible, on lit sans cesse cette

¹² Colin Christine (dir.), *Terminologie et pataphysique. Arts décoratifs, arts appliqués, métiers d'art, design*, Paris, Hazan, coll. Les villages, 1998.

promesse de faire reconnaître la production populaire des usagers devenus producteurs. Que penser de cette promesse ? Si nous revenons à Matali Crasset et Droog design, qui emploient le bricolage, qu'observons-nous ? Lorsque Matali Crasset ou Droog design, ont recours à la pratique amateur du bricolage, il ne s'agit pas tant pour eux d'expérimenter une manière alternative de faire du design que d'utiliser leur autorité de spécialiste pour faire valoir une langue déclassée. Forts de la reconnaissance que leur confère leur statut de spécialiste établi du design, ils ont le privilège de pouvoir user d'un langage populaire sans perdre leur autorité. Ils emploient une *stratégie de condescendance*, telle que l'a définie Bourdieu, ils opèrent depuis la sphère dominante envers la sphère dominée, comme pour dire, vous aussi «vous pouvez être designer». Or, vous comme moi, feriez la même chose chez vous, cela resterait-il du design ? Cela resterait-il conforme au consensus du design ? Non, car le statut de l'auteur est dans ce cas primordial. En fait, si la production des amateurs est difficile à établir comme norme qualitative valorisante, le design faible n'a d'autre choix que de chercher à faire valoir une pratique, c'est-à-dire une activité de création et de production. Le happening devient alors un mode favorisant la reconnaissance d'une pratique langagière amateur.

En mettant l'accent sur la pratique, l'activité, les designers contournent le problème des formes du langage déclassé en se concentrant sur la valeur première de la pratique et de la production de langage. Cette approche est commune à Kaprow et au design faible. «Dans cette optique, les choses ne sont jamais fixées ou figées. Elles sont toujours en cours d'achèvement, si bien que le processus de création s'avère plus essentiel que le résultat»¹³. Le design faible, met l'accent sur l'usage comme processus de création, en n'achevant pas le produit, en laissant une part d'action, de décision, de pratique à l'utilisateur qui de ce fait, endosse un rôle de producteur. Le commentaire de Laurence Louppe sur le happening semble alors s'appliquer tout autant au processus du design faible :

¹³ Olivier Lussac, *Op. Cit.* p.145

«L'importance de la mutation des choses l'emporte sur la valeur désormais relative de la substance ¹⁴» En d'autres termes, la valeur de l'action et la vie, l'emporte sur celle de l'objet. Le happening, selon Kaprow doit progressivement suivre l'évolution de la classification des modes artistiques, en allant des modes reconnus dans des contextes reconnus, vers des modes non-reconnus dans des contextes non-reconnus. au risque de se confondre avec la vie elle-même. Car le happening, «est l'une des étapes préliminaires, avant d'arriver aux activités, [...] où l'expérience de la vie prédomine entièrement sur l'expérience artistique. Le but ultime est de renverser les propositions artistiques, ainsi que tout l'espace institutionnel. Il faut échapper aux conditions artistiques qui ressemblent à de l'art. ¹⁵» Nous retrouvons dans les productions du design faible la même volonté du design pour échapper aux conditions de conception et d'exposition qui ressemblent à du design.

b. Les happenings du design faible

Qu'est-ce qui dans les exemples que nous avons évoqués relève du happening ?

A priori, il existe fondamentalement un rapport entre design et performance, dès lors que nous considérons le déroulement de l'usage d'un produit. Ce dernier, équivaut en effet, à l'interprétation en action d'une composition conçue par un autre. Le mode d'emploi, les procédures et les contextes d'utilisations des produits, sont ainsi réglés à l'avance par le scénario d'usage. Même si l'utilisateur possède une certaine liberté, il accepte dans l'usage, de se conformer aux bonnes règles d'utilisation qui le conduisent à employer une manière convenue de disposer des produits du design. En ce sens, l'utilisateur du design fort est cantonné à une pratique usagère stéréotypée et consensuelle. Par ailleurs, la comparaison avec la performance artistique s'arrête dès lors qu'on touche à la question de l'exposition à un public qui assiste à la performance. Le happening ouvre une voie plus

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Lussac Olivier, *Op. Cit.* p. 206

libre et moins codifiée, c'est une forme de non-théâtre «à la frontière du primitif et de l'amateurisme.»¹⁶

Nous allons revenir aux classifications de Kaprow, qui proposait en 1967¹⁷, une typologie intégrant les six grandes directions que, selon lui, le happening avait pris depuis son émergence dans le champ de l'art contemporain. Cette typologie a pour intérêt de faciliter l'identification des productions variées du happening et évite soit de réduire la pratique à une définition trop corsetée, soit d'aboutir à une définition trop floue pour être exploitable par les critiques et les théoriciens de l'art. C'est au travers de cette typologie que nous allons rendre compte d'une étude des exemples du design faible.



Allan Kaprow, *Fluids*, reproduit au centre culturel Angels Gate, Los Angeles, avril 2008

En 2006, les 5.5 Designers, dans le cadre du festival *Rayon Frais* à Tours, ont invité les festivaliers à élaborer pendant trois jours une construction collective dans un dispositif intitulé *Apporter sa brique à l'édifice*. L'événement créé par les designers rappelle

¹⁶ *Ibid.* p.191

¹⁷ Kaprow Allan, «Pinpointing Happenings» (1967), *Op. Cit.* p.85

curieusement le happening nommé *Fluids* d'Allan Kaprow, qui s'est déroulé pour la première fois en octobre 1967. A cette occasion, l'artiste performer avait invité les spectateurs à construire, de manière collective, des murs de pains de glace destinés à fondre au soleil. L'auteur avait à l'avance communiqué son programme sur papier, puis laissé la collectivité réaliser son oeuvre. Il cherchait ainsi à mettre l'accent sur l'activité et l'expérience d'un public contributeur, bien plus que sur le produit. *Apporter sa brique à l'édifice*, à la manière d'un happening, se déroule en un point donné sur plusieurs jours, la scène est ouverte à qui passe et souhaite participer. S'il devait être reproduit, il pourrait se produire à divers endroits et sur des durées variables, ainsi, cette pièce possède une indétermination temporelle, y compris dans son déroulement où les rythmes de ses évolutions sont largement laissées au hasard. Les contributeurs passent, agencent quelques briques, puis d'autres viendront pour compléter la construction en évolution. Le public participant apparaît dans sa dimension créative et devient lui-même designer. Tout comme dans le happening, le public disparaît au profit d'un ensemble d'acteurs en interactions donnant forme à une production collective dont l'auteur n'a fourni qu'un moyen, un médium pour favoriser la production de l'action. Les participants, volontaires et amateurs enfilent un casque avant d'entrer dans le jeu de construction qui leur est proposé. L'action, elle, est réelle, au sens où les acteurs, vont effectivement construire un agencement de briques de carton, destiné à la destruction à court terme.

Ce dispositif ne se prend pas au sérieux, il est fortement marqué par un caractère ludique. Les instructions données par le collectif de designers incitent les participants à produire des modèles d'environnements fonctionnels habitables non-standards «fabriquez vous un lit 4 places, un canapé carré, une table d'angle avec des sièges incorporés. Construisez

vosre intérieur sur mesure, faites jaillir des murs les meubles dont vous rêvez et laissez de côté les meubles tout faits»¹⁸. Le jeu n'est pas écrit, il est suggéré, comme une incitation. Ici, bien que l'espace symbolise notre environnement fonctionnel quotidien, la construction est éphémère et non fonctionnelle, au regard du cadre *Apporter sa brique à l'édifice* apparaît comme une production contributive gratuite resserrant l'attention des praticiens amateurs sur leur activité. Comparé à *Fluids*, il ne s'agit pas simplement d'attirer l'attention de l'utilisateur sur l'expérience vécue dans une activité en marge du marché industriel, il s'agit au contraire de lui faire expérimenter une posture de producteur amateur et contributeur à une époque où sa contribution à l'environnement quotidien est rendue possible par les outils numériques dont il dispose à domicile. *Apporter sa brique à l'édifice* met en jeu l'amateur suggéré par Stiegler. Cet amateur équipé sur le même modèle que le professionnel, joue avec des éléments à concevoir et produire son environnement fonctionnel et esthétique. L'esthétique n'est pas ici, une décoration visuelle personnalisant la banalité, mais une activité contributive recréant du lien social et produisant de l'individuation. Car «L'homme se sent d'avantage chez lui, dès lors qu'il est dans un monde à la construction duquel il a participé.»¹⁹ nous dit Dewey.

Apporter sa brique à l'édifice entre dans la sixième et dernière catégorie de happening qui est le type «activité». Il est directement impliqué dans le monde de tous les jours, il délaisse les théâtres et le public, il est plus actif que méditatif. Le Happening «activité» sélectionne et combine des situations auxquelles le public participe, bien plus qu'il ne regarde ou ne pense l'oeuvre en train de se faire. L'*activité* est le mode de happening le plus proche de la vie.

¹⁸<http://www.eternalnetwork.fr/projets/article/apportez-sa-brique-a-l-edifice>

¹⁹ John Dewey, *Op. Cit.* p. 268

Le cinquième type de happening, quant à lui, est presque entièrement mental. Kaprow le nomme *l'art de l'idée* ou la *Suggestion littéraire*. Il est constitué généralement de courtes notes qui peuvent être mises en pratique ou non comme «Remplir un verre d'eau pendant deux jours». Il suivent l'idée Duchampienne selon laquelle l'oeuvre naît dans l'esprit du regardeur. La série *Digestion* de Matali Crasset, ne pourrait-elle pas être comprise dans cette catégorie ? Il nous semble qu'elle est plus conceptuelle que concrète, au sens où, le designer ici, nous suggère une idée du design, une idée de ce qu'il est possible de considérer comme un processus de design. Matali Crasset nous suggère d'assembler des sacs de linge pour en faire un canapé. Elle ne fixe aucune forme, n'impose aucune manière de rembourrer les sacs, le produit n'est pas en vente, il est seulement exposé. Au choix de l'utilisateur de vivre l'expérience proposée quand et où bon lui semble, s'il en a envie.

La Fabrique Haktion, ressemble également à un happening, au sens où le processus de design intervient de manière parasite sur l'espace public, comme un piratage, un court-circuit des modes institutionnels de production et d'exposition du design. Le collectif, «invite, l'utilisateur à participer à la production et à convertir la ville standardisée en un ensemble de quartiers singuliers et diversifiés.». Il s'agit bien de proposer une activité de producteur aux usagers. Les modèles de la *Fabrique Haktion* sont disponibles en ligne pour être reproduits. Il s'agit essentiellement pour les usagers d'expérimenter une nouvelle posture, un nouveau rapport à l'espace standardisé de la ville. Cependant, l'activité est ici productive, elle n'est pas gratuite, elle produit des services. De plus, sur le terrain, le public va manipuler ces greffes en tant qu'utilisateur et non comme producteur, l'objet va donc, dans l'espace réel apparaître comme un *médiateur*²⁰ central du happening. Il ne sera pas seulement un prétexte à observer l'action en train de se faire, il sera le médiateur

²⁰ Sylvain Chassériaux, évoquait lors de sa conférence, à propos de la *Fabrique Haktion*, l'idée d'une médiation par l'objet.

d'un nouveau rapport entre les usagers et les institutions qui produisent le langage standardisé du quotidien. Ce langage standardisé qui nous maintient à distance de la vie.

Conclusion

Le design emprunte le mode artistique du happening pour s'extraire des modes et contextes reconnus du design. Cette tendance faible du design a pour rôle de mettre à jour le langage normé de la discipline. Le happening apparaît comme un moyen pour le design faible de concentrer l'attention du participant sur son activité de producteur. L'*activité* est un mode artistique qui permet d'exposer des pratiques bien plus que des produits et c'est en cela qu'il est intéressant. En jouant avec les modes et contextes plus ou moins reconnus du design, le design faible offre une palette qui rapproche peu à peu le design de la vie, à la manière de *l'art qui n'est pas de l'art*. Rapprocher le design de la vie, revient à constater que l'environnement standard établi sur le consensus d'un design répondant au plus grand nombre crée une mise à distance, un malentendu entre l'environnement artificiel et l'expérience vécue par les individus qui y vivent. Les promesses des outils numériques d'autoproduction sont encore loin d'être tenues tant que les divers parlés des individus ne constitueront pas une norme du langage officiel de notre vie en société. Si n'importe qui aujourd'hui peut avoir accès à des outils de productions, la question de l'autorité et de la reconnaissance du langage reste entière. Les dispositifs des 5.5 designers, tout comme celui de Kaprow dans *Fluids*, fondés sur la brique et le jeu de construction reposent sur une médiation par l'objet. Les designers investis de l'autorité du spécialiste et reconnus par le marché et les institutions proposent par l'objet un médium hybride, bribes fondamentales relativement neutre qui lissent les particularismes du discours individuel ou populaire, cela donne de la valeur au discours amateur, parce que

le médium permet un discours collectif à partir d'éléments de représentation neutres. Il s'agit d'une *stratégie condescendante*, mais elle est destinée à rendre acceptable par le marché et les institutions le langage des consommateurs. L'objet comme un médiateur, vient favoriser le dialogue entre le discours établi des institutions et la vie telle qu'elle est vécue au travers de l'expérience de chacun. Le design faible ouvre donc un espace de dialogue, au travers du happening, entre un design institutionnel et des dialectes amateurs. Par l'emploi du happening, les designers exposent des pratiques de production amateur, pour créer un espace de parole et d'expression du public au sein de la sphère dominante du design.

Mais si l'on se situe du point de vue du dispositif interactif de l'oeuvre ou du produit, nous constatons que les designers que ce soit pour proposer de nouveaux services ou simplement pour suggérer des activités ou des manières de faire, emploient non pas le discours parlé ou écrit, mais l'objet. Ce qui caractérise les happenings du design faible, c'est principalement cette médiation par l'objet, cette connaissance du produit industriel qui permet de donner une forme cohérente et synthétique à la complexité d'un discours et d'un positionnement par rapport au marché existant. Il serait maintenant intéressant d'approfondir notre analyse comparée de certains dispositifs du design faible et de certains happenings artistiques pour comprendre la place spécifique de l'objet designé dans les happenings du design faible. Il se pourrait bien que nous trouvions des similitudes entre art et design concernant la manière dont l'auteur du happening communique et conditionne l'expérience du participant au travers de l'objet et de sa disposition dans l'espace.