

« Pour en finir avec l'axiocentrisme : la sociologie à l'écoute des designers »

par

Pierre Verdrager

Les descriptions en sociologie de la culture des critères évaluatifs des personnes qui ne mobilisent pas de catégories spécifiquement esthétiques sont généralement disqualifiantes en ce que ceux-ci ne satisfont pas aux exigences que les objets du monde de l'art seraient censés solliciter¹. Les appropriations, par exemple, éthiques, visant à évaluer la dimension morale de la chose représentée, au détriment de la dimension esthétique, visant à apprécier les caractéristiques formelles indépendamment de tout « référent », sont considérées comme étant aberrantes ou sans pertinence². On tente généralement de rendre compte de l'évaluation éthique des objets esthétiques en faisant référence au faible volume du capital culturel. Les efforts déployés visant à expliciter la relation entre la prise de position (évaluative) et la position (sociale) du lecteur ou spectateur ont comme réduit à néant toute recherche de problématisation qui aurait pourtant permis de rendre raison de manière non négative de toutes les procédures d'évaluation³. En effet, l'approche positive de l'évaluation suppose qu'on rende raison des différents axes évaluatifs sollicités par les personnes dans leurs actes de jugement. Or, bien souvent, l'analyse des procédures

1. Cet article tente, pour la première fois, de mettre au travail et, aussi, à l'épreuve, certains des instruments qui ont été façonnés à l'occasion d'une thèse de Doctorat ayant pour objet la description des usages de la littérature. Les renvois à notre propre travail sont donc une manière de tester la validité et la généralité de nos principes descriptifs.

2. Le coût théorique de cette disqualification est très élevé dans la mesure où ceux qui mobilisent des catégories esthétiques dans la perception des œuvres littéraires et artistiques sont *rare*s, y compris chez les fractions les plus dotées en capital culturel. Cf. Lahire, 1998. Sur le soupçon jeté sur les critériologies esthétiques par certains auteurs de littérature d'avant-garde, cf. Verdrager, 2001. Pour une réflexion philosophique critique de la réduction de l'artistique à l'esthétique, cf. Binkley, 1992.

3. La question de la négation a été affirmée par de nombreux philosophes d'Aristote (1994 : 58) à B. Spinoza (1966 : 206). Cf. à ce sujet le commentaire de G. Deleuze à l'article « négation » dans Deleuze, 1981 : 125 : « Le principe spinoziste est que la négation n'est rien, parce que jamais quoi que ce soit ne manque à quelque chose. La négation est un être de raison, ou plutôt de comparaison, qui vient de ce que nous groupons toutes sortes d'êtres distincts dans un concept abstrait pour les rapporter à un même idéal fictif au nom duquel nous disons que les uns ou les autres manquent à la perfection de cet idéal.[...] Autant dire que la pierre n'est pas un homme, un chien, pas un cheval, une sphère. Aucune nature ne manque à ce qui constitue une autre nature. [...] Bref toute privation est négation, et la privation n'est rien. »

d'évaluation des personnes est unidimensionnelle, au sens où les qualifications évaluatives de celles-ci se distribuent sur un seul axe (par exemple esthétique), les uns – en haut de l'axe – possédant des catégories esthétiques ; les autres – au bas de l'axe en son degré zéro – étant dépossédés de ces mêmes catégories. L'analyse unidimensionnelle rabat sur un même ordre de grandeur tous les phénomènes, à la manière des psychologues qui écrasent des compétences diverses sur une échelle unilinéaire⁴. La signification sémantique d'un tel écrasement peut se comprendre par référence à sa signification pragmatique tant il est vrai qu'on peut être amené à disqualifier une approche évaluative – par exemple éthique – non dans une perspective explicitative, mais avec une visée prescriptive. En effet, le diagnostic de dépossession, sous le rapport duquel on a opéré le constat, est prédisposé à entraîner des politiques permettant aux personnes de s'approprier ce dont on estime qu'elles devraient être pourvues. On voit donc que l'exigence d'une politique culturelle est solidaire de la qualification de ces personnes comme étant dépossédées. En effet, l'effort de redistribution culturelle doit pouvoir prendre appui sur le sentiment de manque. Ce n'est donc pas pour rien si c'est à l'État que nous devons toutes les grandes enquêtes généralistes sur les pratiques culturelles des personnes (Donnat 1990, Donnat 1998).

Une étude telle que la nôtre, affranchie de toute visée pragmatique, peut introduire une métamorphose de l'approche du sens de ce que signifie « posséder » en sociologie de la culture. La vision pluraliste que nous proposons permet de transformer radicalement une telle approche puisqu'elle peut faire l'économie de l'écrasement par lequel on accède aux catégories des personnes, ou même des choses, en faisant référence à une et une seule échelle de valeur⁵. Il est possible d'alimenter la réflexion sur le pluralisme en évoquant non plus les manières qu'ont les personnes d'évaluer, mais les façons par lesquelles on évalue les personnes elles-mêmes. Si l'on construit l'évaluation d'une population vivante en fonction du seul critère, par exemple, de la capacité à voler dans les airs, on se rend compte immédiatement que toute une série de populations se retrouvent être disqualifiées, c'est-à-dire « privées » de la capacité à voler. De ce point de vue (au sens strict du terme), l'espèce

4. Cf. les analyses de Gould, 1997.

5. Pour un exposé théorique de la posture pluraliste, cf. Heinich, 1998b. Voir les implications de la démarche pluraliste dans l'analyse des « registres », dans Heinich, 1989 et 1998a.

humaine est particulièrement handicapée⁶. De même, si l'on procède à une distribution sur une échelle unilinéaire des individus selon le critère de la possibilité de vivre à une température de 1000° C, alors, encore une fois, la race humaine, comme d'ailleurs la quasi totalité des êtres vivants, est, *sous ce rapport*, grandement handicapée (Jay Gould, 1996). Or, il ne vient à l'idée de personne d'évaluer la qualité des individus en fonction d'une telle critères, que nous appellerons « axiocentrique », si l'on permet le néologisme. Plus le nombre de paramètres pris en compte dans les échelles de distribution et de classement des personnes est réduit, plus le pouvoir descriptif de ces échelles est pauvre. Ceci est vrai au moins en théorie car l'espace social prend très souvent pour argent comptant les verdicts des réductions distributionnelles. Ainsi le principe de distribution des enfants dans l'espace scolaire selon les *performances scolaires* ne comprend qu'un nombre très limité de compétences. C'est pourtant ce principe de distribution et de classement qui, malgré son faible pouvoir descriptif, écrase tous les autres principes de distribution, de telle sorte qu'il est possible de parler d'un échec global, là où l'on ne peut simplement qu'identifier qu'un échec local, en l'occurrence scolaire. Il est en effet des principes de distribution plus puissants et plus structurants que d'autres, certains s'imposant avec plus ou moins de force. Dans le cas présent, on décrit avec les mêmes mots par l'effet d'un substantialisme capitalistique tous les individus. Ceux qui sont possédants – donc grands – possèdent ce que ne possèdent pas les autres – les petits – puisqu'on définit *dans les mêmes termes* toute la population envisagée. C'est dire que le sens de que signifie « capital » se construit par référence à un rapport de force dans lequel s'impose ce qu'il convient de posséder. La mesure des personnes s'indexe alors sur une seule distribution rendant raison des différents niveaux de possession d'un seul capital sur un axe unilinéaire. Dans un contexte axiocentrique, il est impossible

6. C'est généralement la mobilisation de catégories éthiques qui entraîne des descriptions sociologiques négatives, car elle est prédisposée à illustrer la privation des catégories esthétiques. Ces effets d'écrasement se retrouvent, sur un autre plan, dans les enquêtes sociologiques qui agrègent dans un artefact statistique des pratiques hétérogènes du type : « 80 % des Français ne vont jamais à l'opéra », ce qui a à peu près autant de sens, c'est-à-dire aucun, du strict point de vue de la description positive, que de dire « 95 % [chiffre fictif] des parisiens n'ont jamais traité une vache », « ne sont jamais allés en Ouzbékistan », etc. Dans l'un comme dans l'autre cas, ce basculement de la négation à la privation est fonction d'un écrasement qui vise à déterminer négativement une *absence d'absence* de pratique. Le second chiffre est fictif et pour cause, personne n'aurait eu l'idée de poser une question aussi incongrue aux parisiens, mais curieusement, les taux de « non-pratiques » des sondages culturels ne paraissent pas irréels ; c'est qu'ils fonctionnent moins comme des don-

d'accéder à la pluralité, et même, à l'altérité, puisque ce qui définit la grandeur des uns définit corrélativement la petitesse des autres – et réciproquement⁷. C'est ainsi que fonctionne le schème distributionnel que constitue l'opposition « autonomie » / « hétéronomie ». En contexte axiocentrique, il n'est pas de grandeur sans petitesse car il n'est pas de pluralité de grandeurs : l'« autonomie » des uns se nourrit de l'« hétéronomie » des autres et réciproquement. Il est donc également manifeste que le paradigme axiocentrique est également *dualiste* puisqu'il formule ses diagnostics sous la forme d'*oppositions*⁸.

Dans le monde social, comme nous venons de le voir, bien des dispositifs sociaux reposent sur une logique axiocentrique visant à imposer la manière d'être grand de manière univoque. On peut même dire que l'axiocentrisme réfracte de manière parfaite la structure des différents rapports de force qui se font jour dans le monde social. C'est la raison pour laquelle il conviendrait de substituer à l'usage des critériologies axiocentriques – pertinentes dans l'espace antagonique du monde social – des critériologies pluralistes – pertinentes dans l'espace épistémique du monde de la recherche – qui permettraient de rendre raison des différentes manières de construire de la grandeur. À ceci près que cet abandon doit s'opérer sur le seul terrain de l'instrumentation observationnelle et non sur celui de l'objet proprement dit. En effet, les rapports de force par lesquels, notamment, se manifestent les axiocentrismes constituent l'objet de l'observation sociologique et non l'instrument de l'observation sociologique. Pour ce qui nous concerne, il est clair qu'il devient impératif de régler la question de l'axiocentrisme épistémologique de l'épreuve esthétique en mettant à l'épreuve la logique pluraliste par laquelle on pourra rendre justice aux différentes épreuves auxquelles les personnes ont recours pour qualifier et disqualifier les objets et leur propre pratique. L'abandon de l'axiocentrisme esthétique permet de traiter de nouveaux types de discours sans les passer à la moulinette du réductionnisme négatif de la dépossession ou de l'illégitimité. En privilégiant le perspectivisme, on peut prendre au sérieux des phénomènes

nées descriptives que comme des instruments disponibles, par exemple, pour des politiques institutionnelles de diffusion culturelle.

7. Nous retrouvons une expression du biais légitimiste, pour reprendre l'expression de Grignon et Passeron, 1989 dans Bourdieu, 1979 : 42 : « Il faut se garder d'oublier que l'«esthétique» populaire est une «esthétique» qui est sans cesse obligée de se définir par rapport aux esthétiques dominantes. »

qui, dans l'ancien modèle de l'axiocentrisme esthétique, demeuraient incompréhensibles. À chaque fois, nous tenterons d'examiner les productivités différentielles des paradigmes dualiste et pluraliste.

Du dualisme au pluralisme ou comment passer de la compromission au compromis

Mais le mieux sans doute, est de partir de l'analyse d'exemples concrets. Nous allons ainsi nous approcher de Philippe Starck, designer internationalement connu et reconnu, essentiellement pour ses objets et son mobilier, plus marginalement pour ses bâtiments, mais aussi pour ses discours. Ses déclarations de créateur tentent de rendre ses productions invulnérables à la seule épreuve esthétique :

L'esthétique, je m'en bats l'œil. Ce qui m'intéresse dans mon produit, c'est sa qualité. Plus il est de qualité, plus il parle aux gens et plus il parle aux gens de qualité (cité in Renaud, 1987 : 9).

Je sais que ma seule réalité et destinée, c'est d'apporter du bonheur. Donc le rôle du designer, c'est essentiellement ça, avec une spécificité de l'équipement signifiant et affectueux de l'humain. Aujourd'hui, le designer qui croit encore qu'il doit faire son numéro, est un malhonnête ou un imbécile. Celui qui croit qu'il est seulement là pour faire beau parce que ça se vendra mieux, est un crétin ou un vénal. L'urgence d'aujourd'hui n'est pas de fabriquer une bagnole plus belle, une chaise plus belle. L'urgence par tous les moyens est de se battre contre le fait qu'une espèce disparaisse : l'amour [...] Le beau est un concept pour l'instant obsolète, qui ne répond pas à l'urgence que la société connaît aujourd'hui, où la barbarie a recommencé à pointer le bout de son nez (...) Le beau n'est utilisable, intéressant, que dans les périodes de luxe. Ce n'est plus le cas. Le beau est devenu dangereux. Il appartient au culturel, à l'idée de goût, à l'idée de « j'aime », « j'aime pas », « j'aime plus », « j'adore mais je vais jeter ». Tout cela appartient au monde de la mode et de la démode, au monde de la consommation et de la surconsommation. La consommation est une idée obsolète. Jeter un objet parce qu'on ne l'aime plus culturellement est une idée folle, inconséquente. Il faut remplacer l'outil esthétique par l'outil sémantique, ce qui amène à remplacer le beau par le bon (cité in Philippi, 1996).

La position anti-formaliste permet de conjurer le réductionnisme esthétique qui est incapable de prendre en compte la multiplicité des paramètres pertinents : « Le dessin d'un produit, affirme Starck, est moins important qu'une action globale liée à son positionnement sémantique, économique ou écologique, à sa distribution, à son prix. Le prix d'un objet est aujourd'hui plus important que son dessin. Il faut se pencher sur d'autres aspects que simplement la forme » (Starck, 1997). La prééminence de la dimension esthétique rendrait l'objet non pas accompli, mais bien vulnérable au temps qui passe : « [L'esthétique]

8. Pour une tentative de substitution d'un modèle continuiste sériant une pluralité de structures de dépendance au vieux modèle oppositionnel et discontinuiste de l'« autonomie » et de

ne m'intéresse pas. Il n'y a que la cohérence des éléments sémantiques qui peuvent donner une élégance et une intelligence aux choses. Seul le résultat final est esthétique. L'esthétique ne peut pas être un élément principal ; d'essence culturelle, elle est bien trop fragile parce que temporelle, récupérable, discutable et subjective » (Starck, 1997). C'est bien plus la dimension « esthétique », selon le mot de N. Heinich (1998a), qui est privilégiée – catégories du « bon » – que la seule dimension esthétique – catégories du « beau » : « Le grand designer américain Raymond Loewy disait dans les années 30 : “Le beau fait vendre”⁹. Aujourd'hui, je crains que le problème ne soit plus du tout là. Le mot “beau”, sa notion même, relève du culturel, de l'esthétique. J'aimerais le remplacer par le mot “bon” » (cité in Baudot, 1998). La dimension esthétique fait ainsi l'objet d'une critique par rabattement sur le « monde marchand », selon le modèle de Boltanski et Thévenot (1991), et par échec à l'« épreuve temporelle¹⁰ ». On assiste à une valorisation de l'utilité, de la fonctionnalité, de la capacité à donner du plaisir, au détriment du seul aspect esthétique. Cette valorisation de la fonction trouve une de ses sources au début du siècle chez Paul Souriau qui trouva des lecteurs attentifs chez certains créateurs¹¹. Dans cet ouvrage, Souriau refusait la dissociation kantienne de l'esthétique et du fonctionnel :

Il est au moins un cas où l'utilité coïncide avec la beauté : c'est celui où l'objet est fait spécialement à fin d'utilité. [...] Là est sa perfection ; là par conséquent est sa beauté. Une belle hache, c'est une hache solide, tranchante, bien en main ; chacune de ses qualités pratiques, qui vont dans le sens de son utilité, tend à lui donner la valeur esthétique qu'un tel instrument comporte. De même, tout objet utile, un vase, un meuble, un édifice, un navire, une machine, aura pour essentielle beauté d'être visiblement apte à remplir sa fonction (Souriau, 1904 : 208).

Bien plus en tard, en 1969, l'*International Council of Societies of Industrial Design* (ICSID) refusait, de même, le primat de l'esthétique dans la définition qu'il pouvait donner du métier de designer : « Le design est une activité créatrice dont le but est de déterminer les qualités formelles des objets produits industriellement. Par qualités formelles, on ne doit

l'« hétéronomie », cf. Verdrager, 1999.

9. Allusion à Loewy (1990) où l'auteur montre sans détour la finalité économique de l'esthétisation des produits manufacturés. Loewy rappelle ainsi que l'apparition de la fonction de designer avait été rendue possible par le contexte de très forte concurrence industrielle aux USA dans les années 1920. La valeur ajoutée esthétique permettait de singulariser les produits sur le marché, et donc d'améliorer la vendabilité des objets. Starck prend généralement le contre-pieds systématique de Loewy. Ainsi, le mot « honnête » est sous la plume de Loewy toujours lié à un usage péjoratif.

10. La notion d'« épreuve temporelle » est approfondie dans Verdrager, 2001.

11. Van de Velde, membre actif du Werkbund, groupe de designers fondé en Allemagne en 1907, avait été lecteur de Souriau, comme d'autres designers, semble-t-il (Legault, 1995).

pas seulement retenir les caractéristiques extérieures mais surtout les relations structurelles et fonctionnelles qui font de l'objet une unité cohérente » (cité in Borja de Mozota, 1990). Toute idée d'« autonomisation » de la dimension esthétique viole l'exigence de combinaison des paramètres pertinents.

La fiction de la fission dualiste

L'« autonomie du créateur » privilégiée dans le paradigme dualiste esthétocentriste, si l'on permet ce second néologisme, est stigmatisée au nom du manque d'humilité. Elle est non pas une preuve de grandeur, mais une marque de faiblesse de celui qui n'aura pas su rendre compatibles des exigences très différentes. Dans l'ancien paradigme esthétocentriste, le rejet des critères esthétiques était considéré soit comme une privation, par exemple, induite par la faible capital scolaire, soit comme un des effets néfastes des « contraintes » – le verbe contraindre vient de *constrigere*, enchaîner, réprimer – qui « pèseraient » sur l'activité du designer¹². Ces contraintes seraient distribuées dans l'espace et qualifiées d'« extérieures », par opposition au processus « intérieur » qui définit l'activité de création « proprement dite ». L'ancien paradigme axiocentrique procéderait à une fission binaire du processus, d'une part, de création, avec des variables « internes » – l'art – et des variables « externes » – la société – et, d'autre part, du processus de réception, avec des réactions mettant les objets à l'épreuve esthétique, et des réactions mettant les objets à des épreuves « sans pertinence »¹³. Le travail sociologique sur le design de Laurent Wolf peut fournir l'exemple pour ainsi dire idéal de ce type de description. C'est parce que le designer est écrasé sous le poids des « contraintes externes » que la totalité des propriétés de son identité est déductible de sa subordination structurale. Ainsi, les critères d'élaboration des objets sont « tirés d'exigences *extérieures* à l'activité spécifique du designer » (Wolf, 1972 : 70). Le designer n'est pas considéré comme un acteur actif chargé de procéder à synthèses de logiques parfois contradictoires, mais est déconsidéré comme étant un opérateur passif « soumis » à des exigences incontrôlables :

12. Comme l'ont montré Antoine Hennion et Sophie Dubuisson (1996 : 32), les designers qui voient les paramètres de marché comme une aliénation, sont aussi ceux qui sont les plus frustrés par leur métier.

13. Une part des acquis de la nouvelle anthropologie des sciences provient du refus méthodologique de l'opposition entre « l'intérieur » de la science – le laboratoire – et « l'extérieur » – la société. Cf. Latour, 1995 et 1996.

La situation du design réduit la marge de manœuvre des designers. Si l'on s'en tient à la définition la plus largement admise de l'industrie, à savoir qu'il est une activité de conception de produits industriels, nous voyons mal un designer marginal par rapport à cette production, refusant de produire pour l'industrie capitaliste [...] » (Wolf, 1972 : 58).

Dans un tel contexte paradigmatique, les paroles des acteurs deviennent particulièrement difficiles à manipuler. En effet, le discours indigène définit le design comme une opération d'articulation logique. Laurent Wolf cite ainsi le célèbre fondateur du Bauhaus, Walter Gropius, celui-ci évoquant l'appropriation par l'industrie des personnes issues de son institution :

L'industrie allemande se mit à fabriquer en série des modèles du Bauhaus, recherchant notre collaboration pour le design de nouveaux produits. De nombreux élèves, sortis de chez nous, obtinrent des situations importantes dans des établissements industriels, grâce à leurs connaissances générales [...] Bref, l'objectif intellectuel du Bauhaus avait été complètement atteint (cité in Wolf, 1972 : 51).

Nombreux, en effet, furent ceux qui passèrent du Bauhaus à l'industrie, *réconciliant* par là l'exigence artistique de la réalisation d'objets nouveaux et l'exigence industrielle de la mise en série. C'est en transformant l'objet produit en un unique exemplaire en matrice d'objets à produire en des exemplaires multiples, qu'on a pu rendre compatibles la logique artiste de la création individuelle et la logique industrielle de la production en série. C'est exactement cette compatibilité que visait Gropius et c'est en ce sens qu'il pouvait parler d'un « succès ». Mais ce succès n'allait pas de soi, tant il est vrai qu'une telle conception allait à l'encontre de conceptions non plus associationnistes mais oppositionnelles. C'est ainsi que, une dizaine d'années plus tôt, Henry Van de Velde pouvait affronter Helmut Muthesius dans le cadre du Werkbund, l'école d'art industriel ouverte à Weimar en 1907. Le premier – selon une logique dualiste – considérait le créateur d'objets comme un artiste auquel devait échoir la première place dans la structure hiérarchique de l'équipe de production, tandis que le second – selon une logique pluraliste – le considérait comme un membre parmi d'autre, certes essentiel mais pas « central », de la chaîne de production. Au Bauhaus, Johannes Itten, un des tout premiers enseignants de l'institution, était à Gropius, au moins sous ce rapport, ce que Van de Velde était à Muthesius au sein du Werkbund. C'est à cette époque même que commencent à émerger les concepts de *design* et de *designer*¹⁴. C'est la vision de Gropius qui l'emporta et c'est grâce à cette logique du compromis et de

l'acceptation de la demande que le Bauhaus put connaître un succès si considérable. C'était moins à un conflit d'opinions auquel on assistait, qu'à un conflit de paradigmes car c'était bien deux conceptions de l'exercice de la profession de créateur d'objets qui s'opposaient, l'une privilégiant l'« autonomie » – ce qui valut au Stijl son relatif oubli – l'autre l'« hétéronomie » – ce qui valut au Bauhaus un succès mondial et durable. L'insertion du designer dans un contexte industriel était vécue non pas comme un échec, mais bien comme un succès, non comme une spoliation, mais comme promotion car l'accomplissement se réalise non dans le détachement – dans la tour d'Ivoire – mais dans l'investissement – dans le bruit de l'industrie. Car la vocation même du Bauhaus, selon Walter Gropius, était la production de ces entéléchies que représentent ces designers d'industrie. De même, bien des années après, on remarque chez Starck une véritable préoccupation de la demande du public qui le conduit à stigmatiser toute espèce de circularité autonomisante : « Quand j'ai commencé à travailler, l'élitisme était à l'ordre du jour, on parlait de série limitée, de rareté, de cherté, et j'avoue que je ne faisais pas l'unanimité lorsque je disais que la multiplication est anoblissante et non le contraire. La rareté est artificielle. C'est comme un vol envers la société¹⁵ » (Starck, 1997 : 32).

Manifestement, le discours indigène qui valorise l'insertion dans la société et stigmatise l'éthique de la rareté n'est pas compatible avec le modèle sociologique pour lequel il représente un « échec », au sens où l'activité du créateur est entravée « de l'extérieur », par toutes sortes de « contraintes », de « pressions », de « résistances » et de « récupérations », faisant écrire à Laurent Wolf : « L'idéologie du design est hétéronome. Elle l'est tout d'abord parce que la pratique même du design est liée à un certain nombre de conditions sociales. Être designer, c'est participer à la production marchande » (Wolf, 1972 : 123). De même, le refus du primat de l'esthétique dans le discours indigène des designers est interprété dans le paradigme esthétocentriste comme une preuve de la « dépendance » qui caractériserait le professionnel¹⁶. La mise à distance de l'esthétique est, en effet, immédiate-

14. Le mot ne se généralise en France, note le *Dictionnaire historique de la langue française*, que dans le courant des années 1960.

15. Pour des conceptions analogues chez d'autres designers tels qu'Alexis Trécoire ou Jean-Marie Massaud, cf. Sanchez, 1999.

16. L. Wolf cite un texte de la revue *Industrial Design* de 1966 pour illustrer la mise à distance des considérations « purement esthétiques » par les professionnels du design. Cf. Wolf, 1972 : 99.

ment interprétée comme une manifestation de la funeste subordination du designer, privé de la capacité à laisser libre cours à son inspiration, rivé qu'il est aux « contraintes » de la production.

Le problème est que les acteurs ne vivent pas du tout les choses de cette façon. Là où le sociologue dualiste identifie une dépendance et une domination, le designer voit une association ; là où le premier voit des « pressions externes », l'autre voit des possibilités d'associations nouvelles ; là où le premier voit un semi-artiste à l'activité brimée, l'autre identifie une activité tout simplement « normale » (en un sens dérivé de Kuhn, 1994). Comment combler un tel écart entre le discours sociologiques et le discours des acteurs en présence ? La solution adoptée par la sociologie dualiste consiste à plonger le discours des acteurs dans les illusions d'optiques qui leur font manquer la réalité authentique – que le sociologue critique, lui, perçoit très bien (cf. Latour, 1999). Aussi le designer est-il plongé dans l'« illusion de son indépendance par rapport aux conditions particulières, aux entreprises [...] » (Wolf, 1972 : 181). Si le discours du designer ne correspond pas à la modélisation sociologique, c'est essentiellement, selon le paradigme dualiste, parce que la « rationalisation » du discours des professionnels repose sur de trompeuses « idéologies », des « représentations » et des « illusions » qui résultent de l'« intériorisation des contraintes externes » :

La production est production d'idéologie non seulement pour la société, mais aussi pour le designer qui, par sa pratique, tend à intérioriser les normes qu'il produit, qu'il conçoit quotidiennement. [...] En intériorisant les normes qu'il produit, le designer participe idéologiquement à l'intégration de la pratique de son activité. Il peut avoir l'impression qu'il est l'auteur de quelque chose qui lui est pourtant imposé du dehors, par le système de production¹⁷ (Wolf, 1972 : 60).

En s'infiltrant dans l'intériorité du designer, l'extériorité en a profité pour le priver de toute rationalité et de toute raison. Il est donc mû du dedans par des forces obscures venues du dehors qui le manipulent à son insu. Ces concepts descriptifs sont les chevilles épistémologiques qui permettent de « sauver les phénomènes », c'est-à-dire de maintenir la cohérence du dispositif descriptif en faisant le lien entre, d'une part, des observations de domination et de dépendance et, d'autre part, des discours indigènes qui entrent manifestement en conflit avec un tel diagnostic. Le coût épistémologique de cette solution descriptive est

17. Pour une critique de la notion d'« intériorisation », cf. Lahire, 1998 : 203-219.

évidemment très élevé puisqu'elle contraint le chercheur à priver les acteurs de toute pertinence et rationalité. Les sociologues qui ne veulent pas se résoudre à un tel renoncement et désirent en découdre avec les paroles des personnes sont donc contraints de faire autrement. Le paradigme pluraliste possède dans ce contexte d'incontestables atouts afin de permettre une meilleure productivité heuristique. Dans le paradigme pluraliste, on prend au sérieux le discours de Starck en examinant comment se construit le sens de ce que signifie « réussir » ou « rater¹⁸ ». La prise en compte des entéléchies auxquelles font référence les acteurs permet d'éviter le recours aux topiques de la « représentation », de l'« illusion » ou de l'« idéologie » qui permettraient de combler le vide creusé entre les déclarations des personnes et les observations des sociologues. On ne privilégie plus une perspective, mais on observe comment Starck construit le sens de la grandeur en sollicitant une pluralité de paramètres appartenant à des logiques différentes et dont seule la combinaison permet de construire l'objet pertinent. On remarque ainsi que, dans le nouveau paradigme, il n'est plus question du double monde des « exigences intérieures » et des « contraintes externes », mais bien de paramètres intégrés dont l'entremêlement est constitutif de la définition même de ce qui est à faire. Dans le nouveau paradigme – celui de la fusion des logiques –, il ne s'agit plus, comme dans l'ancien paradigme – celui de la fission des logiques –, de dresser les paramètres les uns *contre* les autres, mais bien, comme nous y invite Starck, de les tresser les uns *avec* les autres. Il n'y a pas de création « intérieure » car il n'y a pas d'« extérieur » : l'activité est dé-spécialisée. Démêler l'écheveau en distinguant l'« interne » de l'« externe » reviendrait purement et simplement à détruire ce qui fait la spécificité de la démarche qui passe, précisément, par un refus d'une telle problématisation duale¹⁹. Cette conduite aurait été disqualifiée par l'ancien paradigme comme compromis-

18. Cette démarche est voisine de celle d'Heinich (1994) qui a tenté d'explicitier les différentes modalités du ratage artistique selon le paradigme occupationnel (en l'occurrence : artisanat, profession, art). Dans notre cas, il s'agit de faire coïncider le paradigme d'action des acteurs et le paradigme de description des sociologues de sorte que les définitions d'« échec » et de « succès » coïncident.

19. Pour une expérimentation de l'abandon de l'opposition « interne »/« externe », « autonome » / « hétéronome » par l'inscription de la conduite des personnes dans des régimes de valeurs distincts, en l'occurrence, les « régime de volition » et « régime d'inspiration », voir Verdrager, 2001.

sion alors que le nouveau paradigme y voit une exemplification idéale de la culture du compromis²⁰, comme nous le fait comprendre Starck :

Cette justesse, je pourrais en parler pendant des heures. Je pourrais dire qu'elle tient à la « sphéricité » de mon travail. Il y a un nombre non quantifiable de paramètres qui doivent tous concorder entre eux. Si un produit n'en réalise pas la cohésion, la sphère n'est pas parfaite, l'image est déformée. Il y a :

- 1) – Le plaisir de l'intuition, cette dynamique dont on ne peut rien dire d'autre qu'elle est là tout le temps, sous forme de centaines et de centaines de dessins ;
- 2) – La raison d'exister, son inscription dans la société, qui passe par une vision historique de la culture liée à son objet ainsi qu'à son message social [...] ;
- 3) – L'honnêteté de sa fabrication : qu'il soit solide, qu'il dure [...] ;
- 4) – La justesse du prix [...] ;
- 5) – La cohérence avec le système commercial : comment va-t-il être acheté ? ;
- 6) – Sa justesse écologique en fonction des ressources terriennes. Par exemple le métal, les matériaux de synthèse plutôt que le bois massif ou alors le bois sous forme de lattes ou de poussière reconstituée (je n'aimerais pas du tout contribuer aussi peu que ce soit à la désertification) : et pareil pour les animaux (au cas où ils auraient une âme). Donc, si possible, pas de cuir ;
- 7) – La sécurité des gens qui les fabriquent, donc pas de mise en œuvre de matières dangereuses – acides à dépolir, polyuréthanes, vapeurs cancérigènes ;
- 8) – Le transport de l'objet, ce qui contribue à réduire son prix; donc des meubles empilables, pliables, démontables ;
- 9) – La reconnaissance du problème foncier, donc des meubles légers, mais aussi peu encombrants [...] Je veux exprimer par là une éthique personnelle aussi bien qu'une logique simple entre design et commerce (cité in Anargyros, 1987 : 23).

La réalisation du bon objet doit donc satisfaire à des exigences qui sont inséparablement esthétiques (1), ontologiques (2), éthiques (3), économiques (4, 5), écologiques (6, 7), techniques et pratiques (8, 9). De plus le maintien de l'identité de l'objet satisfait à l'épreuve temporelle (3). Cette exigence associationniste se retrouve, bien des années plus tôt, au Bauhaus, où la conception d'un fauteuil requerrait la combinaison de plusieurs paramètres, comme nous l'indique cette liste :

- a) siège et dossier souples, mais pas de capitonnage qui est lourd, cher et est un véritable nid à poussière ;
- b) siège oblique parce qu'ainsi la cuisse est soutenue sur toute sa longueur sans être pressée comme lorsque le siège est horizontal ;
- c) position oblique du buste ;

20. Pour une réflexion sur l'opposition paradigmatique entre « compromis » et « compromission » dans le cas de l'activité scientifique, cf. Latour, 1995 : 70.

d) libération de la colonne vertébrale, parce que toute pression sur la colonne vertébrale est à la fois inconfortable et malsaine (Droste, 1998 : 82).

Ici, les exigences requises qui permettent de caractériser un fauteuil réussi sont, inséparablement, techniques, économiques hygiéniques (paramètres définis en a) et ergonomiques (b, c, d). Starck qui est héritier, au moins sous ce rapport, de cette tradition, ne procède pas à la division binaire opposant une dimension « interne », « vraiment personnelle » et une dimension « externe » qu’incarnent, par exemple, les questions économiques ou pratiques. Le refus de cette division binaire ne se projette pas non plus sur le plan historique, opposant le point fort de la production, se « diffusant » après dans le point faible de la réception²¹. Starck a toujours pris soin d’allonger la liste des paramètres pertinents. Ici, il ajoute les paramètres fonctionnels touchant au rangement et au transport : « Un bon meuble est une produit équilibré qui va rendre le service qu’on lui demande [...], qui sera stable, léger, transportable en grande quantité dans des containers, donc qui ne va pas arriver cassé, et qui sera si possible pliant afin de tenir dans le coffre d’une voiture » (cité in Renaud, 1987) ; là, il intègre des paramètres pour ainsi dire « civiques » (Boltanski et Thévenot, 1991) : « J’aime aussi que par sa forme ou sa couleur, [le meuble] soit une critique positive ou négative, de la société » (cité in Renaud, 1987). Les paramètres relevant du « monde du renom » (Boltanski et Thévenot, 1991), eux-mêmes sont parti-prenante de la démarche de création : « Je m’attache résolument à trois critères, selon un plan tactique : la fabrication industrielle, la commercialisation à des prix accessibles et la médiatisation » (cité in Renaud, 1987). C’est la congruence des « et » qui doit prévaloir et non la concurrence des « ou » ; c’est l’horizontalité syntagmatique, au sens de la linguistique, où les unités hétérogènes se nouent et *font corps* qu’il convient de privilégier, et non la verticalité paradigmatique, toujours au sens de la linguistique, où les éléments sont en concurrence les uns avec les autres dans la classe d’équivalence. On passe ainsi de l’observation des *chaînes* – qui privent le designer de toute liberté –, à l’observations des *enchaînements* – qui sont requis afin de créer l’objet qui convient. Le résultat esthétique doit être une conséquence objectivée de causalités imbriquées où forme et fonction tendent à devenir coextensives. Le succès d’une

21. Les nouveaux sociologues des sciences ont tenté de proposer des descriptions de l’activité des chercheurs en faisant l’économie de schèmes d’intelligibilité diffusionnistes. Cf. Latour, 1989 : 220-221. Le rejet de la vision diffusionniste est explicité dans Verdrager, 2001.

compagnie comme Siemens tint, pour une bonne part, au rejet de toute conception conflictuelle dans le processus de création des objets : « Siemens, avec son équipe de designers intégrés, représente un [...] exemple de firme qui, depuis quelques décennies, se situe à la proue d'une recherche qui lie harmonieusement la forme à la fonction » (Guidot, 1994 : 135). Cette exigence d'harmonie se retrouve dans la topique de l'adéquation anthropologique d'après laquelle les objets doivent « coller » aux personnes qui s'en servent. C'est ainsi que Starck affirme : « Les objets se rapprochent de plus en plus du corps, il faut aussi qu'ils se rapprochent de la morphologie du corps » (cité in Renaud, 1987 : 11). Cette exigence d'adéquation entre la personne et le meuble doit permettre d'établir un contact « domestique », (Boltanski et Thévenot, 1991) entre le sujet et l'objet. Ainsi, un bon téléviseur est celui qui sait « envoyer des signes d'intelligence et d'amitié » (Starck cité in Fitoussi, 1998 : 116) et celui qui a la capacité d'« aimer ceux qui les achètent » (*ibid.* : 117). C'est ainsi que Starck va pouvoir surinvestir l'explicitation du type de relation entretenue entre le sujet et l'objet. Cette préoccupation de la question domestique ira même jusqu'à lui faire formuler certains paradoxes, histoire, sans doute, de tourner le bâton de la relation esthétique dans l'autre sens ou, mieux, dans tous les sens : « Le design ne m'intéresse pas. Parce que quand on parle de design, on parle de l'objet. Moi, une chaise ça m'emmerde. Même les miennes. Une chaise pour une chaise, une lampe pour une lampe, c'est sans intérêt. La matière pour la matière, c'est non. La seule chose intéressante : qu'est-ce que ça va apporter à l'humain qui va s'en servir ? » (cité in Philippi, 1996). Chez Starck, lorsqu'un paramètre prend le dessus sur les autres paramètres, alors un déséquilibre se produit qui compromet la pertinence synthétique de l'objet, au regard des valeurs starckiennes :

Il peut arriver que, de manière volontaire, je fausse cette « sphéricité » des paramètres, que j'en privilégie l'un au détriment de l'autre. C'est le cas de la chaise Sonderbar, où j'ai mis en avant l'image, la capacité de communication de l'objet, au détriment de l'idée de service : et en effet, elle est parfaitement inconfortable, elle s'est mal vendue, mais c'est l'une des chaises dessinées qui a été la plus publiée. Alors pour moi, tous ces paramètres, ce sont les notes du compositeur, les lettres ou les mots de l'écrivain, les petites éprouvettes du chimiste ou du parfumeur (cité in Renaud, 1987 : 10).

Dans l'ancien paradigme, on expliquerait le succès de Starck dans le langage des « concessions aux sphères économiques », du « renoncement à la création authentique » constituant une « menace pour l'autonomie de la création ». Starck, qui affirme lui-même qu'il n'« a pas honte du commerce » (cité Fitoussi, 1998), serait disqualifié au nom du fait

qu'il se « plie aux lois d'airain du marché » profondément « étrangères aux règles de l'art ». Dans le nouveau paradigme, on se met à l'écoute des personnes non pour disqualifier leur conduite, pas davantage pour la justifier, encore moins pour souscrire aux valeurs défendues, mais pour la *comprendre*. Le sociologue doit alors se donner pour tâche de décrire l'enchevêtrement des logiques en abandonnant définitivement tout le vieux vocabulaire du paradigme dualiste.

Traductions

C'est ainsi qu'il peut s'attacher à comprendre les mécanismes de *traduction* par lesquels Starck va pouvoir *faire passer* de l'écologique dans de l'esthétique, sans jamais parler pour autant de « contraintes écologiques pesant sur les considérations artistiques » :

Le lustre est un objet périmé non parce qu'il véhicule tel ou tel type d'image ou de symbole, mais tout simplement parce que dans une époque de manque d'énergie, il perd « tant » de sa puissance par mètre (cité in Anargyros, 1983 : 6).

C'est parce que la collusion entre considérations artistiques et écologiques devient un réquisit de l'exigence du designer, que le lustre traditionnel est voué à changer de forme, ce qui ne signifie pas que les « considérations écologiques » aient « influencé », ont « pesé sur » les « considérations artistiques », comme on disait dans l'ancien paradigme. Le sens de ce que signifie être un « bon » lustre est un composite qui *inclut*, entre autres, la référence aux paramètres écologiques. Le vocabulaire dualiste est fait de masses entrant en collision, le vocabulaire pluraliste est fait de minces filets entrant en collusion. Et celle-ci s'opère par le truchement de la *traduction* des logiques à laquelle se livre le designer. Celui-ci, en effet, devient un traducteur capable de *faire passer* de l'économique ou du technique dans de l'esthétique : « Un dessin n'est jamais gratuit, affirme Starck, il indique le prix, la fabrication, les matériaux » (cité in Anargyros, 1983 : 7). Le designer se retrouve devant sa planche à dessin comme le scénariste devant sa feuille blanche : les deux savent bien que tout coup de crayon a un coût de production, le métier consistant précisément à savoir faire subtilement la navette entre le dessein – le projet – et le dessin – l'objet mis en forme –, par où l'on retrouve la double étymologie du mot *design* (Guidot, 1994). Les profits de la sociologie pluraliste sont tels qu'ils permettent même d'apporter des solutions descriptives à l'herméneutique ou à l'histoire des formes. Ainsi, les processus de soustraction essentiali-

sante – notamment des ornements²² – deviennent compréhensibles dans la mesure où ils permettent d’offrir une solution de continuité entre des exigences esthétiques de pureté des formes, de géométrie (voir Souriau, 1904), des exigences techniques de faisabilité et des exigences économiques de contrôle des frais de production, sans jamais qu’aucun paramètre ne soit réductible à un autre. Starck n’est pas le seul à vouloir conjurer une conception de son travail qui ferait se dresser les logiques les unes contre les autres.

Artistes versus managers ?

La littérature managériale et les discours patronaux tentent, de leur côté, de promouvoir une vision associationniste de l’activité en définissant ce qu’est, pour eux, un « bon designer ». L’intervention du designer, comme tout élément actif intervenant dans le cours de l’existence d’une entreprise, est finalisée par la maximisation des profits de l’entreprise : « Le design est la démarche qui satisfait le besoin du consommateur tout en générant un profit pour l’entreprise » (Chaptal de Chanteloup, 1993 : 41). Si la description à laquelle procède l’auteur du profil typique du designer « autonome » est si ironique, c’est essentiellement parce que la subordination des exigences marchandes aux exigences esthétiques entre en conflit avec l’impératif de synthétisation que suppose la définition jugée pertinente :

Monsieur X, designer indépendant, travaille pour des entreprises et pour son propre compte lorsqu’il édite ses créations. Ce qui est primordial pour lui, c’est d’abord le plaisir auquel satisfont les produits qu’il a conçus, seulement ensuite leur possession ou utilisation. Rien n’enchant davantage Monsieur X que d’entendre ceux achètent ou utilisent ses produits dire : “Les produits de X me plaisent beaucoup”. Ou encore : “X est un bon designer”. Le monsieur ne veut bien entendu pas parler d’argent. Il n’aime pas discuter du prix de revient de ses créations, ni quand il travaille pour l’entreprise, ni même lorsqu’il est son propre éditeur. Ayant considéré une fois pour toutes que la démarche design doit être affranchie de considérations économiques, le design est davantage pour lui une « philosophie », qu’un moyen de gagner de l’argent. [...] Son refus d’aborder les questions financières liées au coût de ses créations font que, volontairement ou involontairement, il rejette le bien-fondé de la création de profit » (Chaptal de Chanteloup, 1993 : 53).

La disqualification du designer ainsi croqué repose donc sur l’impératif de sélection – de l’artistique au détriment de l’économique – qui a prévalu sur l’impératif d’association. Or, être un bon designer, cela signifie :

22. Voir le célèbre Loos, 1908 qui constitue un des maillons les plus saillants de la tradition anti-ornementale qui va de Lodoli, au XVIII^e siècle, à tous les mouvements fonctionnalistes ou purificateurs qui ont émaillé l’histoire des arts de tradition rationaliste et du design au XX^e siècle.

- Raisonner plaisir et profit, et considérer ces deux notions comme étant, avec raison, indissociables ;
- Savoir parfaitement réaliser ses créations (dessins, maquettes, plans, etc.) et faire en sorte que celle-ci soit exploitable par l'ensemble des acteurs de l'entreprise (Chaptal de Chanteloup, 1993 : 56).

L'auteur, ancien patron d'agence de design lui-même, a collecté des propos d'industriels qui rendent raison de l'activité du designer de la même manière. Ainsi, Paul de Malatinszky, ancien PDG de Calor et de Seb, affirme de la même manière :

Il m'était apparu de très longue date que la dimension du design dépassait largement la notion d'esthétique et encore plus la notion de mode qui est antinomique à la notion de design. En effet, un des objectifs du design est précisément de donner une pérennité à la création formelle quelle qu'elle soit, alors que la mode, par définition, se démode et est difficilement compatible, de ce fait, avec l'activité industrielle. Design et entreprise, pour moi, sont indissociablement liés et je commence déjà à affirmer un point de vue, c'est qu'il n'y a pas de design de designer mais il y a un design d'entreprise. J'ai à cet égard une position « germanique » peut-être plus proche des arts décoratifs que du créateur individuel, du créateur « diva ». Pour moi, il n'y a pas de créateur « diva » dans le design (cité in Chaptal de Chanteloup, 1993 : 62).

La recherche des terrains communs entre la logique artistique et la logique économique permet de mettre au point des épreuves de validation communes permettant de statuer sur la valeur des objets. L'épreuve temporelle est l'épreuve qui permet de construire cet accord. En effet, satisfaire à l'épreuve temporelle signifie, en bonne logique artistique, l'accès à la notoriété et, peut-être, à la postérité, et signifie, en bonne logique économique, la possibilité de plaire durablement sans nécessiter de coûteux investissements afin de mettre à jour les produits qui auraient cessé de plaire. Dans l'ancien paradigme dualiste, le rapport à la question économique était immédiatement traité de façon dénonciatoire, le designer devenant le suppôt indigne du système capitaliste :

La logique du design est, en définitive, la logique de la survie du capitalisme [...] La production finit par dominer le design. Nous ne croyons pas que le design ouvre sur un espoir révolutionnaire quelconque [...]. Les quelques possibilités objectives qu'il suscite sont immédiatement détournées de leur but par la classe dominante (Wolf, 1972 : 172).

Le refus dans le discours indigène de toute conception dualiste se retrouve non seulement sur l'axe logique des paramètres intégrés, mais sur l'axe du singulier/pluriel des participations croisées. Le créateur n'entretient plus avec le reste du monde et, *a fortiori*, du monde de l'entreprise, une relation oppositionnelle, mais occupe dans la chaîne des positions une place qui le met en contact avec tous les autres acteurs du système productif. Il n'est donc plus au-dessus, mais parmi, non plus en surplomb, mais en participation :

Effectivement, affirme un industriel, si le designer n'est qu'un créatif et qu'il n'intervient qu'au niveau de l'esthétique, s'il n'a aucune envie d'aller vers les autres, s'il ne veut pas s'imprégner de la volonté de l'entreprise, rien ne peut fonctionner. Le travail d'équipe est absolument indispensable, même si, à un moment donné, il faut laisser la porte ouverte à la créativité (cité Chaptal de Chanteloup, 1993 : 74).

Là encore, on pourrait voir dans cette volonté associationniste un lointain écho de ce qui pouvait se passer dans les années 1920 au Bauhaus. Cette exigence de compromis collectifs participait à la construction, bien des années plus tôt, de la spécificité de cette institution, laquelle comprenait dans ses enseignements – à tout le moins à Weimar – à la fois des cours théoriques – requérant la présence de professeurs artistes – et des cours pratiques – requérant la présence de professeurs artisans.

Conclusion

Seule une réflexion qui ferait à la sociologie des champs ce que Norbert Elias a fait à la psychologie des facultés permettrait d'en finir avec les oppositions champs contre champs qui rendent tout simplement impossible la description positive de l'activité du designer. En effet, la sociogenèse eliassienne a permis de mettre en évidence la relation établie entre le sentiment historiquement construit d'un gouffre infranchissable entre une intériorité et une extériorité et « l'allongement des chaînes d'interdépendance » (Elias, 1997). Aussi n'est-il pas déraisonnable d'envisager le succès des modélisations sociologiques faisant reposer toutes leurs observations sur des oppositions telles qu'« interne » et « externe » comme le résultat d'une projection sur l'ordre épistémologique de schèmes psychologiques caractéristiques de l'époque contemporaine. Certains sociologues des sciences ont tenté de repenser l'activité scientifique en refusant d'instrumentaliser leurs observations au moyen d'oppositions duales du type laboratoire *vs* société, ou production *vs* diffusion. C'est maintenant au tour des sociologues des phénomènes culturels d'appréhender leurs objets de façon à faire exister une manière nouvelle de décrire selon laquelle de telles oppositions entre « intérieur » et « extérieur » ne seraient plus considérées comme des instruments de l'observation, mais bien comme des *objets* de celle-ci.

La validité du paradigme pluraliste peut s'éprouver dans bien des terrains. Ainsi, d'autres activités artistiques seraient susceptibles de faire l'objet d'une description pluraliste. On peut prendre l'exemple du DJ dont l'évaluation de la qualité repose autant sur

l'exigence d'originalité que sur l'impératif de « dansabilité ». Dans l'ancien paradigme, on aurait disqualifié l'activité même dans la mesure où elle serait toujours entravée par les exigences d'un public nécessairement doté de mauvaises intentions. Dans l'ancien paradigme, on parlerait des « pressions de la demande » qui feraient en sorte que le DJ serait considéré comme éternellement « soumis aux contraintes » du public. Dans le nouveau paradigme, on se contente de collecter le fait qu'originalité et « dansabilité » vont de pair sans se contredire. La conséquence de cette collecte implique qu'on ne fait référence à aucun processus auquel serait vouée l'évolution du métier de DJ, telle qu'« autonomisation ». Dans l'ancien paradigme, en revanche, on fait référence à un processus transformationnel affectant l'état de la structure des oppositions en même temps qu'on valorise différentiellement la polarité de chacun des termes de l'opposition. Ainsi, l'autonomisation est prisée, et l'hétéronomisation, si l'on permet le néologisme, est rejetée. C'est par ce geste de valorisation et de dévalorisation implicites que l'on rend coextensives sociologie et axiologie, rompant par là avec l'exigence de neutralité axiologique qui devrait, pourtant, définir l'éthique professionnelle du sociologue des valeurs (Weber, 1963). Le paradigme dualiste met en scène des oppositions, alors que le paradigme pluraliste tente de mettre en évidence des articulations de logiques²³. Or, dans le cas qui nous concerne, le designer n'évoque jamais une contradiction entre, par exemple, l'exigence esthétique et l'exigence esthétisme. Le DJ ne voit pas de contradiction, non plus, entre sa propre envie d'artisticité et l'envie des *night-clubbers* de danser (cf. Shusterman, 1991). La subordination de l'exigence esthétique à l'équilibre global des logiques aurait été interprétée par l'ancien paradigme comme une concession attestant inmanquablement le caractère « dominé » de la démarche. Dans le nouveau paradigme, on prend en compte la définition du « ratage » qui se définit par une *rupture d'équilibre* des logiques. Aussi voit-on bien le renversement de perspective qu'oblige le discours du designer à opérer du passage du premier paradigme au second, puisque dans le modèle dualiste le designer devient un artiste « dominé » par des « contraintes externes » qui « pèsent » sur sa création et qui l'empêchent, quoi qu'il fasse, de produire une création authentique, alors que, dans le second paradigme, on peut tenter de

23. Pour une illustration du principe de l'articulation entre logique économique et logique artistique dans le cas de la gestion au jour le jour d'un orchestre de musique baroque, cf. Verdrager, 1999 : 174 et Chiapello,

décrire l'activité en faisant référence à une pluralité de logiques mobilisées synchroniquement afin de réaliser un compromis. Dans le premier paradigme, un éventuel déficit esthétique est la preuve indubitable de « l'échec » créatif du projet, dans le second, il est traité comme la preuve de la présence des autres logiques, et donc, de la « sphéricité » pour reprendre le terme starckien, autrement dit du « succès », de la production. De même inversement, un excès d'esthétique sera considéré dans le premier paradigme comme une victoire de la « forme » sur la « fonction²⁴ » manifestant une création « enfin personnelle », alors que dans le second, il sera traité comme une preuve d'échec (voir le cas de la chaise inconfortable). La sociologie des valeurs ne doit pas être elle-même source de valorisation car là n'est pas son rôle. C'est la raison pour laquelle elle doit veiller à ce que ses angles d'observation ne privilégient pas une perspective au détriment d'une autre car en déformant les objets par des observations biaisées, elle transforme l'observation scientifique en évaluation axiologique. Et c'est ici que les designers ont beaucoup à apprendre aux sociologues dans leur capacité à prendre au sérieux les différentes logiques qui se présentent à leurs yeux.

1998.

24. Pour reprendre les termes utilisés par Bourdieu, 1979. Chez Bourdieu, l'attention portée à la forme est l'apanage des catégories les plus dotées en capital culturel, alors que c'est la fonction qui serait l'élément retenu par la catégories les moins dotées. Chez Bourdieu, la forme se différencie de la fonction car l'opposition permet de discriminer les appropriations les plus acculturées des autres. Ici, l'objet accompli est celui dans lequel forme et fonction ne sont plus en concurrence mais en congruence.

Références

- Anargyros S.** (1983), *Le Mobilier français, 1980*, Paris, Rivage, 1983.
- Anargyros S.** (1987), « Philippe Starck, joueur, concepteur, technicien : le portrait d'un inventeur », *Intramuros*, n° 14, septembre-octobre.
- Aristote** (1994), *Catégories*, Paris, Vrin.
- Baudot F.** (1998), « Le monde selon Starck », *Elle*, n° 2724, p. 104-113.
- Binkley T.** (1992), « "Pièce" contre l'esthétique », in G. Genette (s.l.d.), *Esthétique et poétique*, Paris, Le Seuil, coll. « Points ».
- Boltanski L., Thévenot L.** (1991), *De la Justification : les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard.
- Borja de Mozota B.** (1990), *Design et management*, Paris, Éd. de l'Organisation.
- Bourdieu P.** (1979), *La Distinction*, Paris, Minuit.
- Chaptal de Chanteloup C.** (1993), *Design, la stratégie du profit et du plaisir*, Paris, Dunod.
- Chiapello È.** (1998), *Artistes versus Managers*, Paris, Métailié.
- Deleuze G.** (1981), *Spinoza : philosophie pratique*, Paris, Minuit.
- Dictionnaire historique de la langue française* (1992), Paris, Le Robert.
- Donnat O.** (1990), *Les Pratiques culturelles des Français, 1973-1989*, Paris, La Découverte-La Documentation Française.
- Donnat O.** (1998), *Les Pratiques culturelles des Français, enquête 1997*, Paris, La Documentation Française.
- Droste M.** (1998), *Bauhaus, 1919-1933*, Berlin, Taschen.
- Elias N.** (1997, 1^{re} éd. 1987), Paris, Pocket.
- Fitoussi B.** (1998), interview de Ph. Starck, « Starck entre en correspondance avec la Redoute », *Libération*, 28 septembre.
- Gould S.J.** (1996), *L'Éventail du vivant*, Paris, Le Seuil.
- Gould S.J.** (1997, 1^{re} éd. 1981), *La Mal-Mesure de l'homme*, Paris, Odile Jacob.
- Grignon J.-C., Passeron J.-C.** (1989), *Le Savant et le populaire*, Paris, Gallimard/Le Seuil.
- Guidot R.** (1994), *Histoire du design, 1940-1990*, Paris, Hazan.
- Heinich N.** (1989), « Au pied du mur : sur une fresque en milieu urbain », *Sociologie et sociétés*, vol. XXI, n° 2, octobre, p. 91-101.
- Heinich N.** (1994), « La faute, l'erreur, l'échec : les formes du ratage artistique », *Sociologie de l'art*, n° 7, p. 11-25.
- Heinich N.** (1998a), *L'Art contemporain exposé aux rejets*, Nîmes, Jacqueline Chambon.
- Heinich N.** (1998b), *Ce que l'Art fait à la sociologie*, Paris, Minuit.
- Hennion A., Dubuisson S.** (1996), *Le Design : l'objet dans l'usage. La Relation objet-usager dans le travail de trois agences*, Paris, Les Presses de l'école des Mines de Paris.
- Kuhn T.** (1994, 1^{re} éd. 1962), *La Structure des révolutions scientifiques*, Paris, Flammarion, coll. « Champs ».
- Lahire B.** (1998), *L'Homme pluriel*, Paris, Nathan.
- Latour B.** (1989), *La Science en action*, Paris, La Découverte.

- Latour B.** (1995), *Le Métier de chercheur, regard d'un anthropologue*, Paris, INRA Éditions.
- Latour B.** (1996, 1^{re} éd. 1993), *Petites Leçons de sociologie des sciences*, Paris, Le Seuil, coll. « Points-Sciences ».
- Latour B.** (1999), *Politiques de la nature : comment faire entrer les sciences en démocratie*, Paris, La Découverte.
- Legault R.** (1995), article « Design », *Encyclopædia Universalis*.
- Loewy R.** (1990, 1^{re} éd. fr. 1953), *La Laideur se vend mal*, Paris, Gallimard, coll. « Tel ».
- Loos A.** (1908), *Ornement et crime*, rééd. in *L'Esprit Nouveau*, 1920.
- Philippi S.** (1996), *Philippe Starck*, Cologne, Taschen (texte non paginé).
- Renaud Ph.** (1987), *Philippe Starck, mobilier 1970-1987*, Michel Aveline Éditeur.
- Sanchez A.-C.** (1999), « Starckmania : la nouvelle garde du design », *Le Point*, 13 février, p. 80-83.
- Shusterman R.** (1991, 1^{re} éd. 1990), *L'Art à l'état vif*, Paris, Minuit.
- Souriau P.** (1904), *La Beauté rationnelle*, Paris, Félix Alcan.
- Spinoza B.** (1966), *Lettres*, Paris, Garnier-Flammarion.
- Starck Ph.** (1997), interview, « La vie en Starck », *L'Œil*, n° 488, septembre.
- Verdrager P.** (1999), *La Réception de la littérature par la critique journalistique : le cas de Nathalie Sarraute*, Thèse de Doctorat, Université Paris III.
- Verdrager P.** (2001), *Le Sens critique*, Paris, L'Harmattan.
- Weber M.** (1963, 1^{re} éd. fr., 1959), *Le Savant et le politique*, Paris, Plon, coll. « UGE, 10/18 ».
- Wolf L.** (1972), *Idéologie et production : le design*, Paris, Anthropos, 1972.