



PRÉSENT

LES OBJETS ONT UNE ÂME

Ancien directeur du Design Museum de Londres et auteur prolifique, Deyan Sudjic publie un nouvel ouvrage qui raconte la vie des choses. Un catalogue fabuleux de 250 produits d'avant, qui plonge le lecteur dans un temps où le numérique n'existe pas. Par Philippe Chassepot



Page précédente: le Walkman inventé par Sony en 1979. (Sony)

Ci-dessus: un téléphone à cadran des années 60. (aluxum)



Un appareil photo Asahi Pentax, premier reflex japonais créé en 1957. (Pentax)

On montre une photo d'une télévision de 1964 à un petit gars de la génération Z, la vingtaine tout juste passée. Pas n'importe laquelle: une Wega Vision 2000, avec son boîtier de haut-parleur en teck clair, sa profondeur cubique, son écran pivotable d'un vert émeraude très apaisant quand il patiente en veille. «*Mais pourquoi a-t-on arrêté de fabriquer ça pour mettre ces affreux écrans plats tout noirs à la place?*» dit-il spontanément, l'esprit tourmenté par la frustration. Le gamin n'est pas nostalgique d'un passé qu'il n'a pas connu; il montre ici une sensibilité presque logique à l'esthétique d'une époque peu uniforme, et qui savait prendre le temps et la matière pour «vivre beau». Une réaction rassurante, loin d'être le privilège des boomers fatigués par un monde qui bouge trop vite.

Retour vers le futur

Le cliché en question est tiré d'un ouvrage extraordinaire: *Analogique, 250 objets vintage d'avant l'ère du numérique* (Éd. Seuil), pour trois cents pages divisées en quatre catégories – le son, l'image, la communication, l'information – comme une excursion dans une ère qui devrait longtemps survivre à l'oubli. Les photos ont été choisies par Deyan Sudjic, également auteur des textes d'explication très haut de gamme, aussi technologiques que philosophiques. Cet homme-là est une pointure: directeur du Design Museum de Londres pendant près de quinze ans, responsable de plusieurs revues prestigieuses, auteur de plusieurs livres et directeur de la Biennale de Venise en 2002.

On meurt d'envie d'aller picorer un cerveau si brillant. Va pour un petit coup de fil d'automne, où il insiste d'abord sur l'ironie contenue dans son ouvrage. «*C'est étrange, car à l'époque où ces objets avaient basculé de l'artisanat vers la fabrication de masse, ils nous annonçaient ce à quoi devait ressembler le futur. Aujourd'hui, ce livre sort et c'est une sorte de nécrologie pour la plupart de ceux qui y sont répertoriés, observe-t-il. On peut évoquer la nostalgie, certes, mais peut-être un sentiment plus positif, aussi. Dans le monde du numérique, tout est temporaire, tout est voué à s'effacer et à disparaître. On ne <possède> pas notre musique, nos films ou même nos bouquins, ils appartiennent à Amazon, à Spotify ou à d'autres, alors que l'analogique n'est pas complètement mort. Des gens rachètent des vinyles et le livre tient toujours, car on a besoin de contacts physiques ou d'odeurs.*»

De fait, c'est un ouvrage qui nous aide à ne pas oublier ceci: l'analogique était un miracle inimaginable. Sociologiquement, déjà, par son pouvoir de révélateur culturel, surtout pour les fils et filles de classes moins que moyennes sans bagage, élevés avec deux disques et un livre sous la main. Les années 60 et 70 ont alors ouvert un accès à la pop culture par la grâce d'appareils qui mettaient à disposition les nouveautés musicales. Beaucoup d'ados ont pris leur première claqué de hard rock (ou de rock progressif pour les moins chanceux) par les platines vinyles, les casques chez les disquaires, par le grand frère d'un copain qui poussait le son trop fort un dimanche après-midi d'ennui, par le baladeur qui permettait l'écoute



Une machine à écrire Valentine dessinée par Ettore Sottsass pour Olivetti en 1969. (Olivetti)



Le look «Space age» du téléviseur portable Orbitel fabriqué par Panasonic en 1973. (Panasonic)

religieuse de cassettes achetées ou copiées illégalement. Jamais l'adjectif «populaire» n'avait été aussi pertinent.

Platine béton

C'était aussi, et surtout, une révolution technologique, qui permettait d'obtenir une photo en claquant des doigts grâce au Polaroid, redéfinissant la méthode pour écouter de la musique, active plutôt que passive. C'était le radio-cassette pour chez soi ou pour affirmer son existence et coloniser l'espace public – le fameux *ghetto blaster* ou le Walkman, marque déposée par Sony, qui consacra les débuts de l'isolement individuel dans le collectif. Même si, on l'oublie trop souvent, les appareils disposaient de deux prises casques – pour s'isoler ou partager, quel luxe... «*Je trouve la notion des deux prises jack du Walkman très intéressante*, reprend Deyan Sudjic, *car, à mon avis, la plupart des objets portent en eux des conséquences inattendues. Je ne pense pas que Sony savait que le Walkman allait finalement provoquer l'isolement universel de notre époque. Idem pour Steve Jobs, qui n'imaginait sans doute pas à quel point l'iPhone allait devenir puissant et incontournable. Au début, il le présentait juste comme un outil pour écouter de la musique et surfer sur internet en plus de pouvoir passer des coups de fil.*»

La période analogique, surtout pendant la deuxième moitié du XX^e siècle, raconte l'histoire de la relation du monde aux choses: avant-gardisme, obsolescence plus ou moins rapide, en passant par le charme, le chic, la ringardise, et pour certains,

la gloire éternelle à finir en pièces de collection. L'une de nos fantaisies préférées extraites du livre: la chaîne stéréo «coulée» dans le béton, tourne-disque et enceintes, pour une allure préhistorique et un son haute-fidélité (la Concrete Stereo du designer Ron Arad, 1983).

Outil de propagande

L'analogique, c'est aussi l'histoire du monde tout court. Ainsi l'Irlande du Nord, au début des années 70, tente de moderniser son économie grâce à des subventions d'État et lance une fabrication de platines vinyles à grande échelle. La Strathearn Audio aurait pu séduire, avec son design épuré aux trois points rouges, mais les ouvriers peu qualifiés n'ont jamais pu s'élever jusqu'à l'exigence du produit. La chaîne n'a jamais atteint le seuil de rentabilité et l'usine a fermé en 1978 après l'arrêt des subventions. Autre esprit dans l'Allemagne nazie de 1933: la Radio Volksempfänger VE 301, avec son design qui fait furieusement penser au film *Metropolis* de Fritz Lang, mais surtout son prix bas et accessible aux masses. En 1941, deux tiers des foyers allemands en possédaient une, ondes moyennes uniquement, ce qui la limitait aux chaînes nationales. Idéal pour la propagande et la désinformation, au point qu'Albert Speer, l'architecte d'Hitler, assura que, grâce à elle, «*80 millions de personnes furent privées de toute pensée indépendante*».

Avec un sens assez spécifique de la concision, Deyan Sudjic nous résume l'influence en trois phrases définitives. «*L'impact*



En 1971, l'entreprise milanaise d'électronique Brionvega sort cette chaîne hi-fi Totem du designer Mario Bellini. (Brionvega)

de la technologie analogique fut social et culturel aussi bien qu'économique et industriel. La photographie représentait à la fois une découverte technique et une nouvelle forme d'art; dans les années 30, le développement de la radio transforma plus la vie politique que les journaux ne l'avaient fait dans les années 1830. La télévision diffusa de la publicité, fabriqua des vedettes et des célébrités et homogénéisa la culture. »

Télé extraterrestre

Rien n'empêche de feuilleter son ouvrage en toute légèreté, simplement pour s'émerveiller de la diversité du design.

À ce jeu-là, le monde des télévisions nous propose une folie contrôlée, permanente et délectable. Il faut savoir se laisser dériver dans ce monde parallèle et choisir ses coups de cœur. En ce qui nous concerne, ce sera le Panasonic TR-005 Orbitel, quelque part entre Wall-E et 2001, *Odyssée de l'espace* de Stanley Kubrick, qui avait fondé sa campagne publicitaire sur un fantasme: l'appareil aurait été fabriqué par une civilisation extraterrestre et offert à la planète Terre...

Celles d'aujourd'hui sont-elles condamnées à toutes se ressembler, avec leurs écrans plats et leurs coins carrés? Pas forcément, puisque l'auteur avoue une certaine tendresse pour les frères Bouroullec et leur télé un peu *old school* (*The Serif*). Surtout, Deyan Sudjic nous rappelle qu'au début des années télé, on ne savait pas sur quel pied danser: «*Parce que l'apparence de la télévision n'était pas évidente. On ne savait ce que c'était: une pièce de décor du salon? Ou, au contraire, un objet à mettre dans un meuble dont il fallait fermer les portes? Fallait-il utiliser du bois, du plastique, séparer l'écran du reste ou non? Et puis la fantaisie a pris sa place au fil du temps...»*

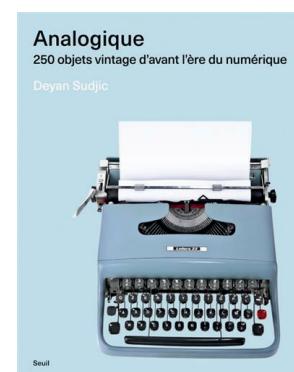
Analogique ouvre également la boîte aux questions, tel un puits sans fond. Dont une qu'on est en devoir de se poser, dans l'esprit caricatural du «c'était mieux avant»: est-ce que c'était si bien que ça, finalement? Pas toujours, il faut le reconnaître. La jeunesse d'aujourd'hui n'est pas à plaindre, quelque part, en tout cas pas ici. Elle n'a pas connu les enregistrements à qualité sonore bas de gamme, la bande de la cassette audio qui s'embrouille toute seule pour ne plus revenir à la vie; le drame – on dit ça sérieusement – de louper une émission

télé immanquable et ensuite impossible à retrouver, ou la VHS qui zappe les dix dernières minutes d'un film, pour plonger le spectateur dans un désespoir quasi incurable...

Séquence émotion

Le livre interroge sur le design, également. Vu les 250 objets présentés, il serait facile de penser que la liberté de création était sans limite. Ce que notre spécialiste réfute. «*La liberté n'entre pas dans le débat, ici. Le boulot du designer, c'est de trouver une forme. Elle doit être être séduisante, pas trop compliquée à fabriquer, viable économiquement, et elle doit faire sens*, poursuit l'auteur. *Quand Kodak a basculé d'une entreprise ultra spécialisée au grand public, elle a dû trouver une façon de faire pour que ses appareils photos soient faciles à utiliser, abordables et compréhensibles. Même si on veut donner une identité ou une personnalité, il n'est pas possible de faire l'impasse là-dessus.»*

Reste qu'on en revient toujours à la dimension émotionnelle. Celle que les années 60 ont voulu donner aux objets, en contrepoint du Bauhaus, auto revendiqué comme austère et militaire. «*C'est pour cette raison, par exemple, qu'Olivetti a lancé sa gamme de machines à écrire Valentine, en rouge et en orange. Ce n'était pas du vent, cette dimension émotionnelle. L'acteur Tom Hanks, grand collectionneur de ces appareils, a écrit un texte magnifique sur les différences sonores entre chaque modèle*», ajoute Deyan Sudjic. C'était le temps de l'analogique: une courte parenthèse enchantée à l'échelle de l'univers, mais une période dorée de l'humanité. ■



«Analogique», Deyan Sudjic,
Éd Seuil, 304 pages