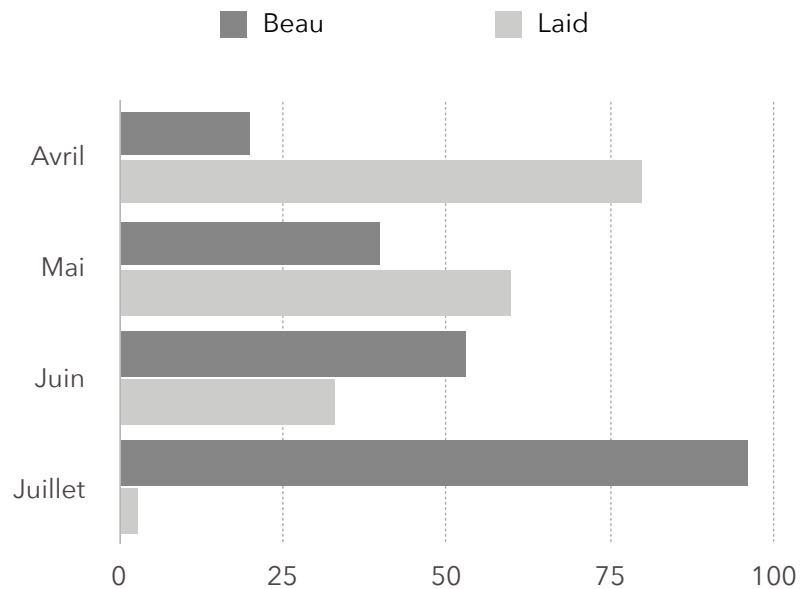


GUSTAVE.

fanzine poétique / n° 45 / juin 2015



Optimisation stratégique
(Q2, 1985)

Numéro spécial design

À l'approche de l'été, les corps s'affinent et les courbes se précisent pour que *sous le soleil exactement*. Le moment idéal pour (re)découvrir les lois immuables du design. Cette gestion prévisionnelle du désir. Loin d'être superflu, ce très pratique numéro 45 de **GUSTAVE**. vous sera essentiel. Car, comme l'écrivait Raymond Loewy, la laideur se vend mal. Et dans cette société de chiens où la première marchandise, c'est vous, se vendre, c'est important. Demandez à vos fans Facebook. La série* de poèmes présentée dans ce numéro illustre donc les grands principes du design et de l'innovation qui servent à estimer à expliquer et à imaginer le monde qui nous entoure. On avait bien besoin de deux pages supplémentaires pour explorer tout ça.

*Les poèmes de ce numéro et leurs explications subséquentes sont basés sur certains des éléments de l'excellent Principes universels du design de William Lidwell, Kritina Holden et Jill Butler parus aux éditions Eyrolles (2011).

P.S : Rebondissant sur le principe #11, la hiérarchie des besoins, nous ne pouvons que vous conseiller la lecture d'un roman foudroyant sur l'abîme narcissique de nos sociétés postmodernes : *La pyramide des besoins humains*, de Caroline Solé, qui vient juste de sortir à L'école des loisirs (Collection Médium, 12,80 €).

#1 : Loi de Pareto

Imaginer un monde
avant le premier pas.

>> Selon la loi de Pareto ou règle du 80/20, dans un système de grande taille donné (un logiciel, une entreprise) seul un faible pourcentage de variables (de 10 à 30% des fonctionnalités, des sources de profits) est à l'origine d'un pourcentage élevé d'effets (de 70 à 90 % de l'utilisation, des recettes).

> Selon ce principe, des éléments, même très différents, qui se déplacent dans la même direction sont perçus comme étant plus liés entre eux que s'ils étaient immobiles ou s'ils se déplaçaient dans des directions différentes.

#2 : Principe de destin commun

On marche sans savoir
si nous pourrions ensemble

Sûr qu'on aura le temps
d'un jour se définir.

#3 : Principe d'itération

Encore une tentative

Que le mot se révèle
et puisse enfin faire corps

Parfaire la communion.

> Le principe d'itération consiste à répéter un ensemble d'opérations jusqu'à l'obtention d'un résultat précis.

> Le syndrome du NIH (pour Not Invented Here) est la tendance à rejeter les idées et les innovations venues d'ailleurs au risque de réinventer la roue et d'obtenir des résultats médiocres au prix d'un travail inutile.

#4 : Syndrome du NIH

Puisque c'est comme ça
nous restons entre nous

Et l'on crache tout autour
pour qu'ils n'avancent pas

On se prépare un monde
où l'autre serait déçu.

> Le conditionnement opérant (ou conditionnement instrumental) est une technique de modification des comportements qui consiste à encourager ou décourager un comportement particulier en lui associant une condition positive ou négative (récompense ou punition). Cette technique est couramment appliquée au dressage d'animaux et au design de jeux vidéo.

#5 : le conditionnement opérant

On a toujours eu peur
d'investir cette grange
tout au fond du jardin

Mais un soir, une lueur
força le dépassement
tout juste après la perte

Nous avons pu grandir
où se terraient nos monstres.

#6 : Règle GIGO (Garbage in-garbage out)

L'attention d'un enfant
dans le choix d'une graine

Insensible aux appels
à prendre place à table
et partager le pain

Espérer que le germe
saura nous rendre grâce.

> La règle du grabage in-grabage out (faux à l'entrée, faux à la sortie) est basée sur la constatation que la qualité des données produites par un système dépend de la qualité des données qui lui ont été fournies.

> Le cycle de développement classique des produits qui réussissent passent par quatre étapes élémentaires de création : la spécification des besoins, la traduction de ces besoins en forme (le design), la transformation de cette forme en un produit réel (développement) puis les tests de ce produit en regard des besoins et du design initial.

#7 : Cycle développement

C'est un flot de paroles
dans lequel tu distingues
cette voix qui te hante

Celle qui faudra extraire
pour être rassuré.

> La constance est la tendance à percevoir les objets comme immuables, même si les informations sensorielles qu'ils envoient (perspective, éclairage, couleur, taille...) varient.

#8 : Constance

Nous nous sommes rencontrés au détour d'un songe

Tu ne changes plus.

#9 : Principe de suffisance

Tu veux creuser le mot jusqu'à l'acharnement

Refusant de suspendre au mystère des effluves

Comme le vieux parfumeur qui ne croit plus en lui.

> Le principe de suffisance, résumé dans le proverbe « le mieux est l'ennemi du bien », consiste à considérer qu'il vaut souvent mieux s'en tenir à une solution satisfaisante que rechercher une solution optimale.

> Selon le principe de supériorité de l'image, les images s'incrument mieux en mémoire que les mots.

Un pouvoir renforcé lorsque l'exposition aux informations est ponctuelle et de durée limitée. En revanche, la force des images diminue à mesure que l'information à communiquer se complique.

#10 : Principe de supériorité de l'image

Il ne nous reste plus qu'à vous dire au revoir

Ayant tenté en vain une reconnaissance

Le temps aura manqué.

#11 : Hiérarchie des besoins

Comblent tous les besoins par l'inscription d'un mot

Et laisser sur la ligne encore un peu de place pour tracer quelque chose.

> Un design est réussi lorsqu'il satisfait les besoins élémentaires exprimés par le public et essaie éventuellement d'anticiper les besoins futurs. À partir de la hiérarchie des besoins de la pyramide de Maslow (dont les items, de bas en haut, sont : physiologie, sécurité, amour, estime de soi et remise en cause), une autre pyramide, adaptée au design, est constituée par : fonctionnalité, fiabilité, ergonomie, innovation technique, créativité.

> La beauté d'un design résulte de la pureté de sa fonction. La forme suit la fonction (form follows function) est un concept qui peut être interprété comme une description de la beauté. Il est attribué à Carlo Lodoli, moine, mathématicien et théoricien de l'architecture du XVIIIe siècle .

#12 : La forme suit la fonction

Ce que tu cherches à faire
n'a pas besoin de cris

Mais d'un geste accompli
au nez et à la barbe.

#13 : Effet d'exposition

Penser de plus en plus
à rejoindre les feuilles

Mourir à petit feu
pour que tu me rappelles
qu'il y avait un jour

Débusquer la fraîcheur
à l'extrême des nervures
et puis la retenir

Frôler le sol
Intrépide.

#14 : Principe du modèle mental

Repenser nos espaces
en changeant de méthode

Qu'une cartographie
représente ces veines
qui canalisent le flux

Que je discerne enfin
l'accès de ton visage.

Imaginer mobile

> L'exposition répétée à des stimuli pour lesquels on a des sentiments plutôt positifs ou neutres (slogan, photographie, mot, forme, mélodie...) augmente les chances de finir par trouver ces stimuli agréables. On parle également d'effet de répétition .

> Principe du modèle mental :
Nous comprenons les systèmes et
les environnements et
interagissons avec eux en fonction
des représentations mentales que
nous avons développées avec
l'expérience.

> La mise en évidence est l'utilisation de techniques qui permettent d'attirer l'attention sur une zone particulière d'un texte ou d'une image (caractères en gras, couleur, inversion...) Il est recommandé de ne pas mettre en évidence plus de 10% du design visible d'une entité pour ne pas diminuer l'effet.

#15 : Mise en évidence

C'était si simple pourtant

Pourquoi personne n'y a pensé ?

Peut-être qu'il fallait du courage

Peut-être qu'il nous fallait tenir quelques instants de plus

Pour que le chant advienne.

#16 : l'effet Veblen

Te tenir dans mes bras sans penser à rien d'autre

Accepter d'une pause cette ambition discrète qui ravage nos vies.

> L'effet Veblen est la tendance à davantage convoiter les produits coûteux, comportement lié à la soif de statut social des êtres humains. Exception de la loi de la demande, il s'applique particulièrement pour les produits de luxe.

« C'est beau » est le pire commentaire que vous pouvez recevoir à propos d'un design.

Whitney Hess

VOUS AIMEZ **GUSTAVE** ? RETROUVEZ NOS RECUEILS EN LIBRAIRIE :
OÙ NOS OMBRES S'ÉPOUSENT & LES TERRES RARES AUX ÉDITIONS
BRUNO DOUCEY ET NOTRE SITE: WWW.STEPHANEBAITAILLON.COM

GUSTAVE. fanzine poétique (& indestructible depuis 1990) - Rédacteur en chef : Stéphane Bataillon. Version numérique accessible gracieusement sur www.stephanebataillon.com/gustave. Tenue correcte impossible à détecter. Tirage papier : 15 exemplaires, numérique : ∞ . / n° 45 - juin 2015