

Table des matières

PRÉFACE	9
INTRODUCTION	19
DE VOIR À APPRENDRE	27
Voir, identifier et reconnaître	27
<i>Ambiguïtés, indéterminations et invariance</i>	31
<i>La colonne Morris</i>	34
<i>Voir et comprendre</i>	37
<i>Perception et mémoire</i>	46
<i>Voir pour apprendre</i>	49
<i>Le potelet</i>	51
Six sens pour percevoir	56
La vision pour l'action	62
<i>Les perceptions sémantique et visuomotrice</i>	65
<i>Perception égocentrique et perception allocentrique</i>	67
<i>Voir et marcher</i>	69
<i>L'Abribus</i>	73
Situation et action	78
<i>De l'environnement, l'aménagement, l'ambiance,</i> <i>le contexte...</i>	79
<i>... à l'intrigue</i>	88
DE L'INTENTION À L'APPRÉCIATION.....	91
Perception et intention, ou le « voir pour »	92
<i>Le kiosque à journaux</i>	94
Perception, représentation, imagination : le voir en	99
<i>La cabine téléphonique</i>	103

Perception, conscience et Phénoménologie	108
<i>L'être psychologique</i>	112
<i>Les toilettes publiques</i>	112
<i>L'objet historique et le monument</i>	118
<i>La fontaine Wallace</i>	122
<i>La sociologie du piéton</i>	126
<i>Le Récup' Verre</i>	129
Émotions et plaisir	133
<i>La corbeille urbaine</i>	134
<i>Émotion et perception</i>	137
<i>Le tram de Montpellier</i>	141
<i>Le plaisir</i>	143
<i>La fontaine Wallace, encore</i>	147
Plaidoyer pour une esthétique de l'ordinaire	152
<i>Les entrées du métro dessinées par Guimard,</i> <i>Dervaux et Othoniel</i>	164
 POUR UN DESIGN URBAIN	 179
 De l'objet perçu à l'objet fonctionnel	 180
Design et conception de produit	197
<i>Mais qu'est-ce donc que le design ?</i>	198
<i>Depuis le cahier des charges</i>	201
<i>Les entrées de métro d'Hector Guimard :</i> <i>le cahier des charges</i>	202
<i>Les Sanisettes et le Vélib'</i>	205
... <i>jusqu'à la fabrication</i>	211
<i>Les principaux acteurs</i>	214
L'espace urbain et ses mobiliers	222
 LE LANGAGE DONNE À VOIR	 241
L'expression libre, nommer et porter son regard	241

De l'évaluation du changement à l'exigence de signification.....	248
Perception égocentrique ou allocentrique ?.....	254
Voir au loin, de l'absence de saillance dans un paysage éphémère	258
Une perception sémantique, pragmatique et écologique...	260
Par le regard, comprendre et apprendre	263
Ressentir poétiquement avec le corps	270
Du maintien de la propreté au plaisir d'une marchabilité..	275
Espace ouvert ou fermé ?	279
De l'appréciation esthétique à l'appropriation sensible.....	282
Du signal coûteux au jugement esthétique.....	287
LE REGARD ENGAGÉ	301
Vers un modèle culturel et esthétique	306
Des responsabilités à revendiquer	309
Bibliographie	317
Index du mobilier urbain.....	325
Index des noms propres	329