# J'ATTENDS WAS LE NUMÉRO 46





NOVEMBRE - DÉCEMBRE 2017 SPÉCIAL ÉMOTIONS

## SOMMAIRE

# NUMÉRO 46



#### **Alain Diot**

MAÎTRE DE CONFÉRENCE EN ARTS PLASTIQUES alaindiot2@orange.fr



#### **Élodie Mazars**

D. A. ET WEBDESIGNER elodie.mazars@yahoo.fr • Site : elodiemazars.com



### Ivan Leprêtre

D. A. ET WEBDESIGNER lepretre.ivan@wanadoo.fr • Site : ivanlepretre.com



#### Sarah Poli

VIDÉASTE - PARIS VEGANE sowolf.poli@gmail.com • Site : sarahpoli.com



#### **Anne Josse**

STRATÉGIE DIGITALE / CONTENUS ÉDITORIAUX anne.josse@comzelle.com Linkedin : www.linkedin.com/in/annejosse/



#### **Fred Chapotat**

PHOTOGRAPHE fredchapotat@orange.fr • Site : fredchapotat.com



#### Lynski

ARTISTE PEINTRE luclynski@orange.fr • Site : lynski.fr



### **Chrystel Egal**

ARTISTE, ÉCRIVAIN c.egal@free.fr • Site : c-egal.com

## SOMMAIRE NUMÉRO 46

80 2

#### **Karine Sautel**

**ELLIPSE FORMATION** 

karine@ellipseformation.com • Site : ellipseformation.com

86 2

#### Florence Hennequin

**MUSICIENNE** 

florencehennequin@me.com • Blog : florencehennequin.com

₹ 90 ≈

### Milica Janjić

GRAPHIC DESIGNER milicajanjic10@gmail.com

94 2

#### Olivier Issaurat

**ENSEIGNANT** 

oissaurat@ac-creteil.fr • Site : olivier.issaurat.free.fr



### **Esther Ségal**

**PHOTOGRAPHE** 

e.segal@yahoo.fr • Site : esthersegal.com



#### **Dominique Ponge**

**PLASTICIENNE** 

7arts9@gmail.com • Blog: 7arts9.blogspot.fr



### Obrad Vukojević

**GRAPHIC AND WEB DESIGNER** 

obrad@odizajn.com • Site : obrad@odizajn.com





# ÉDITORIAL NUMÉRO 46



### Et moi, aime-moi ? Emoi !

Est-ce que les mots sont bels et bons pour exprimer nos émotions ? Est-ce que les sensations sont des impressions sans raison au point de n'être que l'expression des tensions de nos cœurs de laitue (l'es-tu ?) soudain perdus ou de nos cerveaux lents de veaux marins (go!) évanescents ? Est-on motivé par une trop grande émotivité ou sensibilisé par une trop forte sensibilité? En espérant que ce ne soit pas une trop puissante débilité qui nous fasse débiter toutes sortes d'imbécilités! Puissions-nous prendre toutes les précautions nécessaires pour ne pas avoir l'air de nous en faire et d'être paralysés par les Alysées de nos sentiments exacerbés!

Ah! Qu'il est difficile de marcher sur ce fil, qu'il est malaisé de ne pas se laisser aller, qu'il est souvent cruel d'affronter le réel, qu'il est parfois violent de se casser les dents! Mais qu'il est doux de retrouver son doudou, qu'il est sympa de se goinfrer de chocolat, qu'il est trognon d'écouter chanter les grillons, qu'il est charmant de faire un câlin à sa maman, ou à son amant, et qu'il est joli de faire des bisous à sa chérie ou des bai-

sers langoureux d'amoureux, voire tout plein de gouzigouzis – comme c'est exquis! – aux touts petits ravis ou aux plus grands affriolants! Qui s'en défend!?

Bien sûr, on peut préférer les envolées de gala des divas de l'Opéra ou les hululements incessants des blancs harfangs fascinants! On peut rester bouche bée devant la mer qu'on voit danser, quand le soleil vient s'y coucher. Mais on peut aussi avoir peur comme le lapin du chasseur, le fainéant du bosseur, le malade du docteur, le fameux zouave de ma sœur, ou tomber subjugué par les beautés insensées des galaxies étoilées!

Ignorons les aigreurs et les terreurs, les violences et les démences, les supplices et les caprices! Retenons avant tout les douceurs et les ferveurs, les bienveillances et les attirances et surtout, bien loin des fakirs, des satires et des vampires, n'oublions pas les désirs, les plaisirs et leurs soupirs, les sourires, les fourires, et leurs délires, et tout ce qui peut nous séduire pour nous construire les meilleurs des souvenirs à chérir à loisir sans trop y réfléchir.

Novembre 2017



# LE FOCUS NUMÉRO 46



### Allez, on rigole!

Tiens, si pour une fois on parlait un peu d'autre chose ? Si l'on voyait la vie en rose et qu'on quittait les terres moroses pour un monde qui ose où l'on verrait, entre autres choses :

ELIZABETH, la punkette anglaise qui s'entête, chaude comme la braise (balèze!), ramenant sa fraise pour danser la javanaise en charentaise avec les punaises du diocèse ; TRUMP, poussant la chansonnette en tenue de soubrette (mazette!) et faisant des claquettes devant son ballet de trumpettes (Ivanka, Mélania, etc.) s'essoufflant dans un quadrille affolant en bas résille époustouflants; EMMANUEL en caleçon de flanelle qui descend la poubelle (irréel!) pendant que BRIGITTE s'agite devant ses marmites; MERKEL en dessous de dentelle (bordel!) jouant du piano à bretelles devant la commission de Bruxelles; POU-TINE, moustachu comme un STALINE (imagine!), ondulant en tenue de dragqueen devant le mausolée de LENINE; Térésa MAY que Boris hisse (même si çà glisse) à dada sur son bidet, que quand il trotte il fait des pets que çà l'excite plus vite que le Brexit; ERDOGAN, minaudant en catogan (marrant !), qui se soûle comme un mécréant et qui roucoule dans les bordels gays d'Istamboul; ABE qui nous jappe au nez (quelle idée !) comme un toutou tout fou qui chie mat mais qui se prend les plis du kimono dans les roues de sa Yamamoto; BACHAR, en clochard geignard (c'est pas du char!), dans la panade, en train de laver la salade sous les ordres de la mère EL ASSAD; NETANYAHOU et sa kippa en train de danser la java (va z' y papa!) serré-collé avec BOUTEFLIKA en djellaba; MADURO, le dingo, dansant le flamenco (rigolo ?) et se prenant les cacahouètes dans les castagnettes (allo maman, bobo!) même quand la veine, zou!, est là; KIM JONG UN, regardant du haut de sa hune (vision peu commune!), s'il est vraiment con comme la lune qui lui répond : « Bien sûr que non, tu es trois fois plus con plutôt qu'une !! »; ANG SAN SUU KYI, alanguie, qui se nettoie le nombril (comme c'est petit!) en se bourrant la gueule au Whisky sous les yeux ébahis des Sikhs assis à New-Delhi; JINPING XI,

qui ferme les yeux quand il sourit, mangeant du riz assis, en bikini, sur le bord de son lit, et qui joue au Go (et Millau) avec le fantôme du vieux Mao en paréo (c'est chaud !) ; IL PAPA FRANCISCO comme il est grand, comme il est beau qui se coince la tiare (c'est barbare !) dans le tiroir du placard où il gare les falzars cintrés-moulés qu'il vêt, le madré, quand il va faire le fêtard sacré, le soir tard, avec les vieux anars athées; NOTRE PERE, qui êtes aux cieux, (pas si fou, le vieux!) qui joue à la dinette avec Bernadette, sous BAYROU, pendant que SIDDHARTA, le BOUDDHA, lui rappelle encore une fois les saintes propositions qu'il relit dans le Kamasoutra, alléluia!

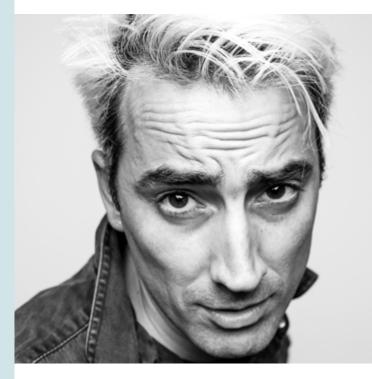
Hé! Que le diable nous patafiole à s'en

fendre la fiole, les marioles de la cabriole, mais vu comme çà, le monde ne serait-il

pas plus mariole?

Novembre 2017.





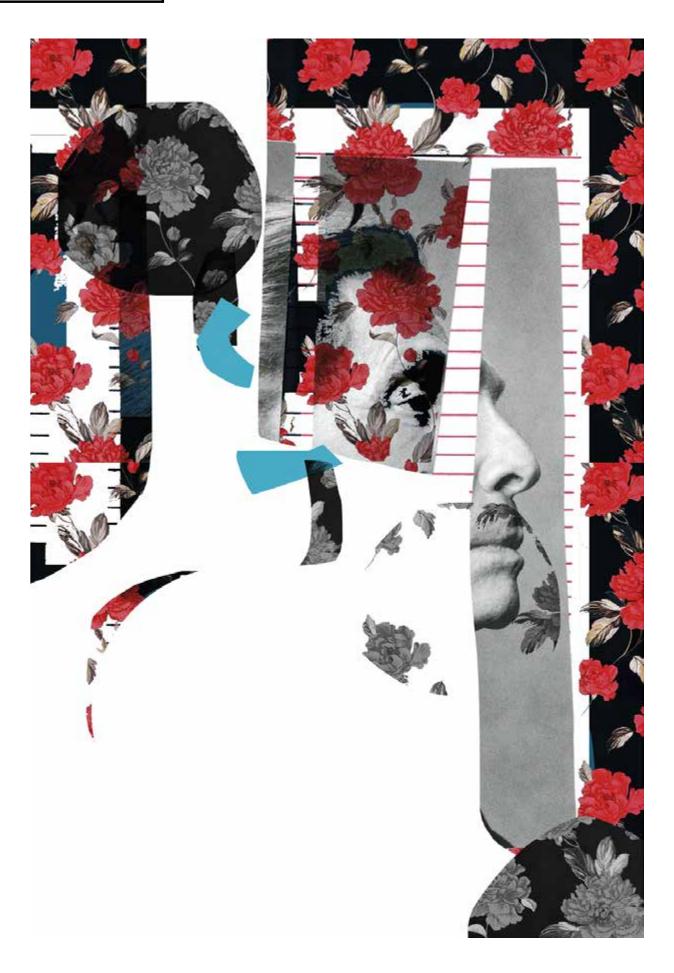








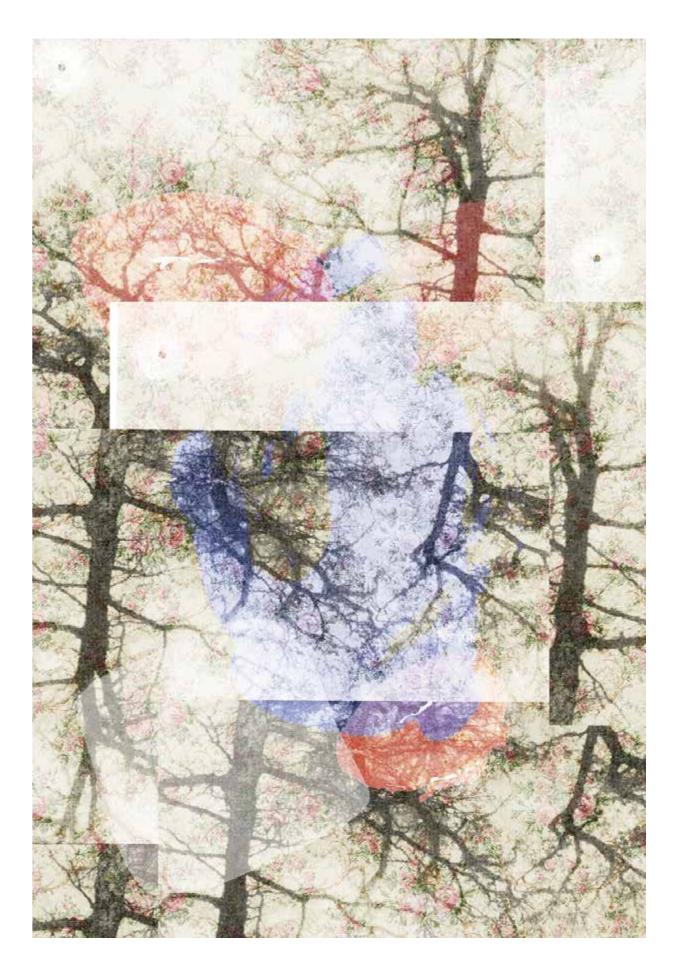


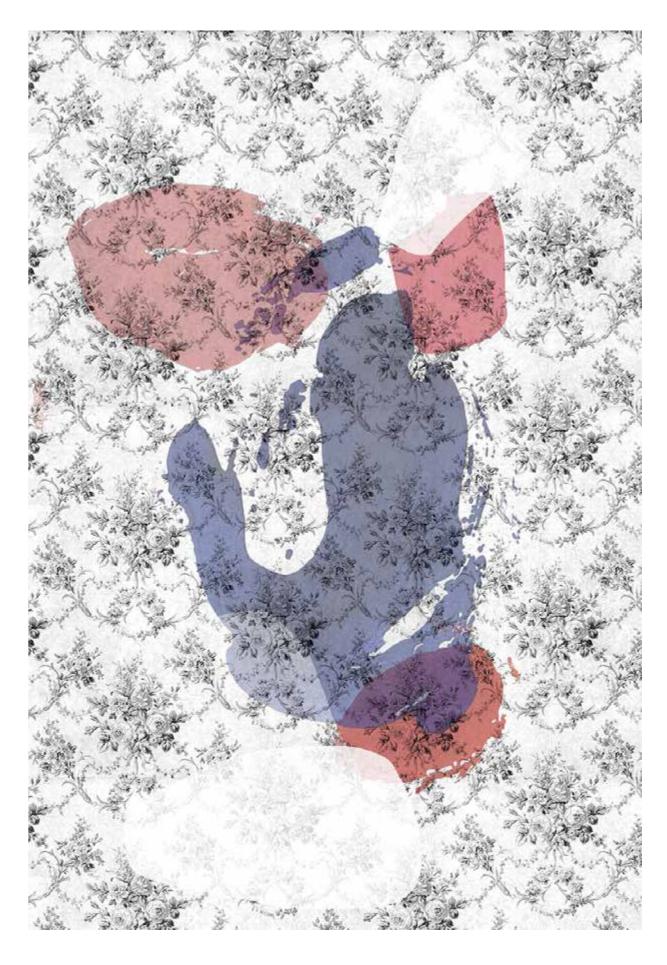










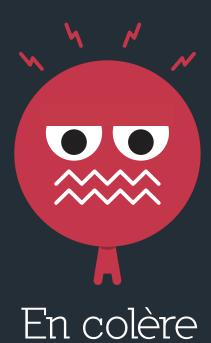














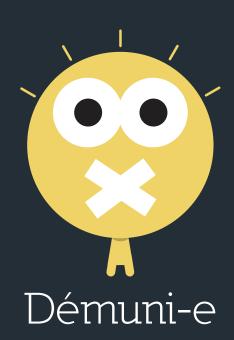


### LEPRÊTRE





















LD ● 20 RC ●

### LEPRÊTRE





### medy cartes

Le projet « Les Moodycartes », c'est 48 de ces sympathiques émojis, sous la forme d'un jeu de cartes, pour dire :

Comment ça va ?

Une idée originale de **Anna et Marie Edery.** Illustré et mis en page par **Ivan Leprêtre.** 

Vous pourrez prochainement trouver le jeu complet sur le site souriezvousmanagez.com



### POLI

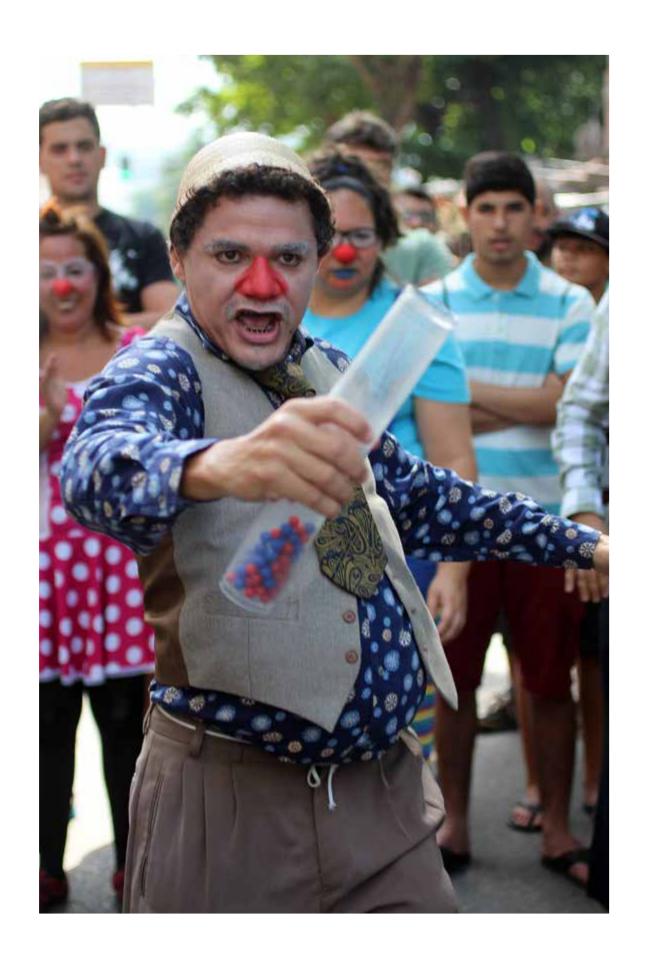




### POLI

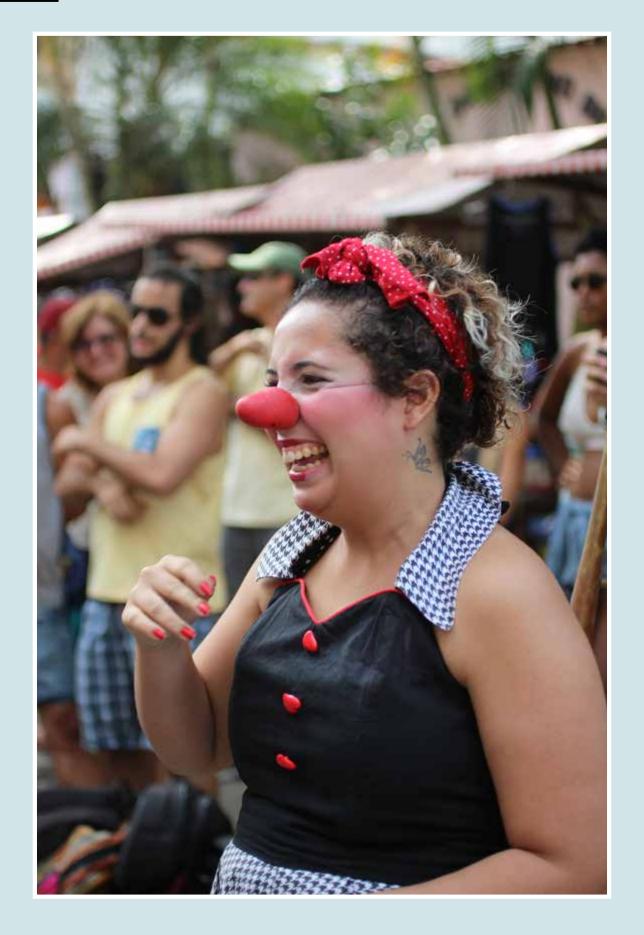
SOPHIE et SARAH
Série Femmes sans maquillage

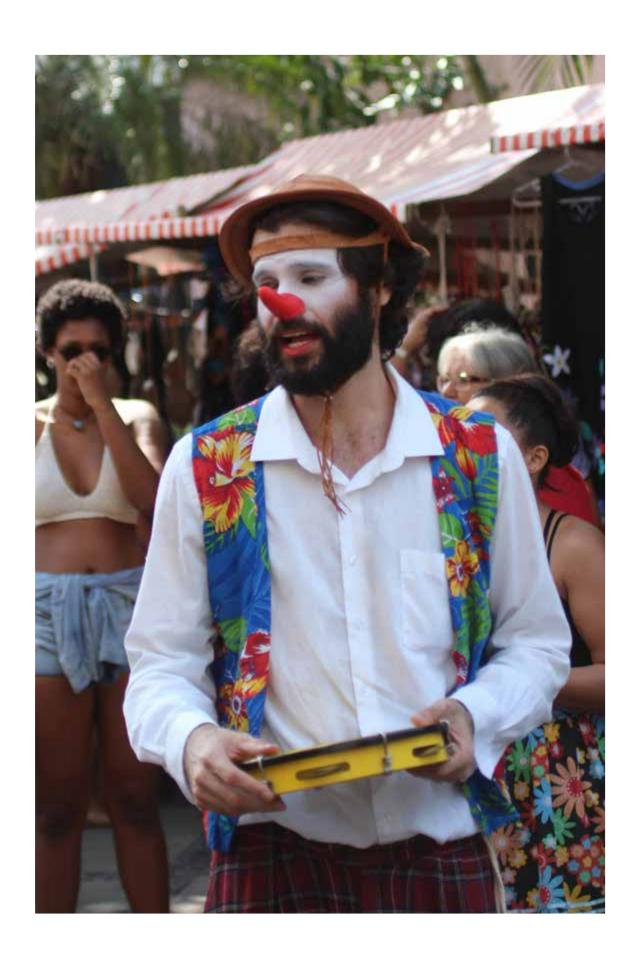






### ÉMOTIONS DE CLOWNS Série Feira do Lavradio à Rio de Janeiro

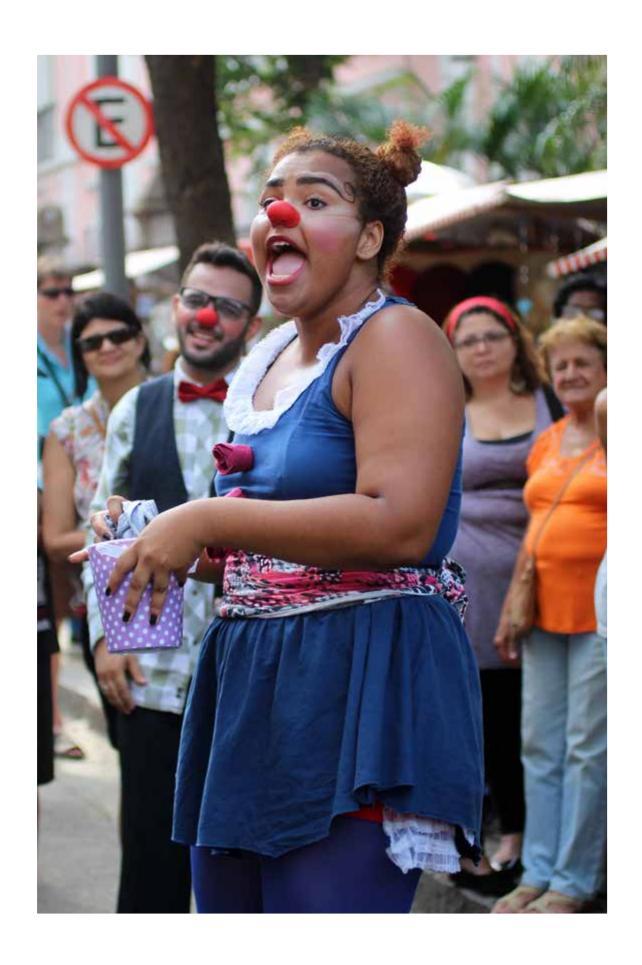






### ÉMOTIONS DE CLOWNS Série Feira do Lavradio à Rio de Janeiro







### ÉMOTIONS DE CLOWNS Série Feira do Lavradio à Rio de Janeiro



### Emotions 2.0.

### Les réseaux sociaux : nouvelle expérience de l'émotion

Parmi les différentes espaces où se jouent et se transmettent les émotions, internet occupe une place majeure. Les réseaux sociaux, blogs et autres plateformes, constituent un immense champ d'expression où l'on peut vivre ou revivre des émotions à l'infini.

Internet favorise le développement d'une nouvelle forme d'émotion : l'émotion à distance. Plus besoin de se trouver dans la fosse d'une salle de concert ou dans les gradins du Stade de France pour faire l'expérience du grand frisson. Le web permet de vivre l'événement de l'extérieur. Les réseaux sociaux se démarquent des médias traditionnels en ajoutant un élément nouveau : une subjectivité assumée, voire revendiquée. Et internet de devenir un immense réservoir à émotions que l'on partage, que l'on conteste ou que l'on approuve sur Facebook, Twitter, Instagram, YouTube pour n'en citer que quelques-uns!

BuzzSumo, spécialiste en e.reputation, s'est intéressé récemment aux 10 000 articles qui ont engendré le plus grand nombre de partages. Conclusion : les articles qui se partagent le mieux sont ceux qui véhiculent de l'émotion. Selon l'étude, ce sont l'émerveillement/la stupeur

(« awe »), le rire et l'amusement qui sont les plus efficaces. A l'inverse, les posts qui véhiculent de la tristesse ou de la colère sont en général moins partagés.

Les adeptes des réseaux sociaux verront dans ce partage en ligne de nos émotions, un formidable moyen de liberté d'expression, un amplificateur puissant susceptible de mobiliser les communautés pour les causes les plus nobles.

La frénésie des pétitions qui déferle sur les réseaux sociaux, notamment en France, révèle un besoin profond d'exprimer nos émotions publiquement. Et au-delà des émotions, de montrer notre volonté de nous engager. Il s'agit donc désormais de dépasser la seule manifestation de ses émotions pour passer à l'action. Une réponse à deux besoins : le besoin d'appartenance (en l'occurrence, une communauté de pensées) et le besoin de transformation (changer le système, modifier une loi, infléchir sur une décision).

Les plus prudents, pointeront du doigt la possibilité pour les individus et les organisations moins bienveillants, de faire grossir par effet de propagation, des émotions négatives voire destructrices. Ils noteront au passage le caractère éphémère des émotions que l'on chasse et que l'on zappe d'un simple clic.

### **JOSSE**

Quant aux réseaux sceptiques, ils regretteront l'absence totale de recul, de l'analyse et la vérification des sources, sacrifiés sur l'autel de l'émotion instantanée.

Dans l'émission de France Culture, La Grande Table, **Dominique Cardon** sociologue et professeur à Sciences Po/Medialab, met en lumière les nouvelles formes émotionnelles engendrées par internet.

« Les Réseaux sociaux sont un espace d'émotion et un espace conversationnel. Ce sont en quelque sorte nos nouveaux bistrots. Le danger n'est pas tant dans l'existence de ces espaces qui participent à la sociabilité (réseaux sociaux) mais dans la tentation de donner à leurs contenus une autorité et une visibilité qu'ils n'avaient pas. Les médias ont en cela une grande responsabilité lorsqu'ils vont piocher dans des conversations le contenu de leurs prochaines rubriques. »

L'émotion est l'énergie inépuisable qui alimente notre quotidien et nourrit nos décisions. D'elle découlent nos actions en ligne : like, commentaire, suivi, inscription, abonnement, achat. Ce qui n'a pas échappé aux professionnels de la communication et du marketing...

### Ressorts émotionnels et marketing 2.0.

Comprendre les émotions, leurs origines, leur processus de création et d'amplification, les déterminants communs de celles et ceux qui les vivent et ses effets sur leurs comportements : voilà qui constitue un terrain de recherche passionnant ! Le Big data est un immense livre ouvert où se lisent l'ensemble du spectre de nos émotions au niveau mondial.

Dans leur étude « La nouvelle science des émotions dans la relation client » publié sur Harvard Business review, Scott Magids, Alan Zorfas et Daniel Leemon identifient les motivations profondes des consommateurs et le lexique complet des ressorts émotionnels par catégorie de clients. Le fondement de leur recherche est le suivant : les clients sont émotionnellement liés à une marque quand elle correspond à leurs motivations et les aide à réaliser des désirs profonds, souvent inconscients.

Que l'émotion soit au cœur des stratégies marketing n'est pas une nouveauté en soi. Pour vendre, il faut susciter l'envie. L'envie de grandir, de se faire plaisir. L'envie de devenir plus beau, plus jeune, plus riche, plus intelligent, plus moderne. Le marketing s'adresse à nos besoins. La typologie SONCAS définit par **B. Bathelot** révèle les six besoins fondamentaux de l'individu : Sécurité, Orgueil, Nouveauté, Confort, Argent et Sympathie.

**Scott Magids, Alan Zorfas et Daniel Leemon** poussent l'analyse et vont jusqu'à recenser 300 types de « ressorts émotionnels ». Parmi eux citons le besoin/ désir d'avoir foi en l'avenir, de se sentir libre, de protéger l'environnement, d'être ce que l'on veut être.

Du point de vue du marketeur, chacun de ces besoins/désirs est une opportunité d'offre pour la marque. Chaque produit, chaque service doit être conçu comme une réponse à un désir profond. Ce n'est plus un produit que l'on nous vend, mais la promesse de nous transformer et de nous accomplir par son acquisition. L'émotion sert à créer le lien entre la marque et le client. Et ce lien n'est pas le même d'une situation à l'autre, d'une catégorie de personnes à une autre et même d'un individu à l'autre.

### Provoquer l'engagement émotionnel

Plus fort que le degré de satisfaction tant convoitée par les marques, c'est l'engagement que les marques doivent viser. Dans leur étude menée auprès de centaines de marques, dans des secteurs très différents, Magids, Zorfas et Leemon relèvent que les clients totalement engagés sont plus rentables que les clients seulement « très satisfaits ». L'émotion se mesure à l'engagement des audiences visées. Pour augmenter les engagements, il est alors stratégique d'identifier précisément les différents profils des cibles. La richesse d'une base de données, ne se mesure pas à la

quantité des contacts qu'elle contient, mais à la connaissance des différentes typologies qui la composent. Cette connaissance permet de faire ressortir les ressorts émotionnels de chaque typologie de cibles, et, en conséquence, d'élaborer une stratégie d'offre et de contenus (visuel / rédactionnel) adaptée. Plus la marque répond aux motivations de ses cibles, plus elle prend de la valeur auprès d'elle.

Par ailleurs, l'analyse du parcours de décision propre à chaque typologie de client permet de renforcer le lien émotionnel à chaque point de contact. Le chemin d'achat n'est pas une grande ligne droite guidée par une émotion unique. Il est la plupart du temps complexe, marqué de pauses, de temps de réflexion, de comparaison, d'hésitation, de vérification avant le passage à l'action. L'enjeu réside dans l'accompagnement de ce processus de décision.

#### Habiller ses émotions en 2.0.

"Les pensées, les émotions toutes nues sont aussi faibles que les hommes tout nus. Il faut donc les vêtir."

Cette maxime de **Paul Valéry** nous amène à une autre réflexion. Comment donner forme à nos émotions sur le web ? Sur le terrain du digital, il semblerait que l'image ait pris une sérieuse longueur d 'avance. A l'instar d'une œuvre d'art qui ne vit que par le regard de celui qui la contemple et n'a

pas besoin d'explication pour susciter l'émotion, l'image, fixe ou animée, en 2D ou en 3D, nous livre une émotion sans filtre qui se passe de traduction.

La possibilité pour tout un chacun de relayer sa colère, sa ferveur, son bonheur, ses peurs fait d'internet un exutoire planétaire. L'image répond à cette dimension internationale.

Il n'est plus concevable aujourd'hui de publier un article sans illustration. Les images génèrent 80% de likes, commentaires et partages supplémentaires que les autres types de posts. Un post Facebook doit forcément être accompagné d'une image. Même Twitter et ses 140 signes (bientôt 280), s'est plié à cette règle d'or du visuel associé. L'importance de l'image a redonné ses lettres de noblesses au métier d'iconographe. Les graphistes et webdesigners sont les compagnons de route indispensables de toute communication digitale. Jamais les métiers de l'image n'ont suscité autant de vocations.

Mais l'émotion se caractérise aussi par sa spontanéité et son immédiateté. Il fallait trouver le moyen d'associer facilement, rapidement, une image à une émotion. C'est de ce besoin que son nés les émojis.

Apparus avec les smartphones, ces petits symboles qui illustrent nos émotions deviennent une forme de langage à part entière, allant jusqu'à se glisser dans les objets de mails. En 2015, c'est un Emoji qui a été élu mot de l'année par le très sérieux **Oxford Dictionnary.** La raison ? L'Emoji représentant le mieux, l'éthos, l'humeur et les préoccupations de l'instant!

Conscient que le caractère immédiat inhérent aux réseaux sociaux pouvait se heurter au besoin d'expression de sentiments plus nuancés, Facebook a ajouté à sa palette des émoticônes de colère, de dégoûts, d'opposition, mais aussi de compassion. Les utilisateurs ont désormais accès à 2089 emojis pour exprimer leurs émotions dans un format 2.0.!

#### L'émotion par les mots

Face à cette toute puissance de l'image, les mots ont-ils encore le pouvoir de réveiller nos émotions ?

Les contenus éditoriaux en ligne se heurtent à deux contraintes de taille étroitement liées. La première concerne le sacro-saint référencement naturel qui dicte les règles de l'écriture web (longueur des phrases, organisation, mots clefs etc.). La seconde concerne l'évolution des pratiques de lecture (sur des écrans plus petits, en mode zapping...). Ces deux contraintes auraient tendance à modéliser les écrits en ligne en leur ôtant leur part d'originalité et d'émotion.

Le principal défi des professionnels de contenus éditoriaux n'est pas tant de répondre au cahier des charges imposé par Google que donner de la valeur au contenu de leurs publications quand tout les pousserait à aseptiser leurs écrits. Pour mener à bien sa mission et répondre à cette recherche constante d'émotion des internautes, le rédacteur n'aura qu'un seul objectif : toucher au cœur le lecteur en faisant de sa publication (article, page de site internet, présentation en ligne, newsletter) un message qui parle à ses désirs/besoins/ motivations profondes.

Le propre d'internet est de donner la possibilité à tous de devenir des rédacteurs. Jamais on n'a autant écrit que depuis l'invention du web et des smartphones. Jamais le besoin de se raconter n'a été aussi fort. Que ce soit sur un blog ou sur une messagerie intégrée, l'écriture s'est démocratisée en même temps qu'elle s'est digitalisée. Pour dire ses émotions et les partager aussi rapidement qu'une photo, on a inventé les hashtags. J'ai tendance à les comparer aux émojis. Tous deux parlent à nos émotions de manière raccourcie, immédiate tout en augmentant leur viralité.

Les mots dièses ne sont pas seulement un marquage référentiel. Ils sont à eux-seuls l'expression de nos émotions. #JesuisCharlie #jaimeparis #denoncetonporc : les hashtags donnent le ton. On les retrouve particulièrement sur Twitter et pour cause : la concision fait partie de son ADN!

Marko Vidak et Agata Jackiewicz ont écrit

un article passionnant sur « Les outils multimodaux de Twitter comme moyens d'expression des émotions et des prises de position/ Twitter's multimodal tools as a means of expressing emotions and points of view"

« Le mot-dièse est le seul à avoir une structure linguistique dotée d'un sens. En tant que tel, il est le plus adapté à véhiculer des sentiments, des jugements ou des opinions. Ainsi, parmi ses fonctions plutôt techniques (indiquer une thématique, classifier...), l'on trouve aussi des usages des mots-dièse en tant que modalisateurs du discours allant dans le sens de l'expressivité. »

On peut désormais raconter une histoire pleine d'émotions en convoquant et en créant des hashtags que l'on assemble à la manière d'un rébus. Libre à nous d'y inviter quelques émoticônes qui donneront de la couleur à nos émotions et les rendront universelles. Les meilleurs Community managers maitrisent à merveille ce tissage 2.0.!

« #amour, #love, #triste, #tristesse, #haine, #joyeux(se), #déception, #peur. Des adjectifs, noms ou verbes peuvent être combinés avec d'autres unités lexicales à l'intérieur d'un même mot-dièse pour souligner ou expliciter l'état émotionnel ou un jugement, en devenant parfois des énoncés à part entière : #hontepoureux, #tristessepourtous, #Triste-Realite, #TristeFrance, #tristepays, #Amour

pourtous, #amouretguerre, #joieultime, #Peur DeSeMouiller, #PeurDuGouvernement. »

Le mot-dièse est à la fois un outil d'indexation et un moyen linguistique qui permet de véhiculer des contenus informatifs et des émotions propres à mobiliser autour de valeurs communes.

#### L'art du Storytelling

Dans un autre genre, l'art du storytelling ne cède pas à l'immédiateté que lui offre l'hashtag et l'émoticône. Il consiste à raconter de la manière la plus juste, et la plus captivante, une personne, un produit, une organisation, un projet. Il ne s'agit pas de décrire ni d'argumenter. L'objectif visé est de plonger son audience dans une histoire à laquelle elle est invitée à prendre part. Souvenez-vous des histoires que l'on vous lisait enfant. L'attention que vous portiez à chaque mot, l'empressement que vous ressentiez à connaître la suite, l'envie de devenir à votre tour le héros de l'histoire!

Pour sortir du brouhaha numérique, émerger de la blogosphère, attirer l'attention dans un écosystème digital ultra concurrentiel, le storytelling permet de réenchanter notre quotidien en nous faisant vivre une expérience unique. Les plus grandes marques de luxe connaissant les enjeux du storytelling. Leurs nouveaux projets deviennent des aventures extraordinaires, Leur historique se transforme en histoire,

leurs offres sont présentées comme autant d'expériences incroyables. Par la magie du storytelling, la marque se transforme en légende. Aux PME, TPE et aux indépendants, de se mettre en récit pour créer à leur tour un phénomène hypnotique chez leurs cibles.

#### Conclusion

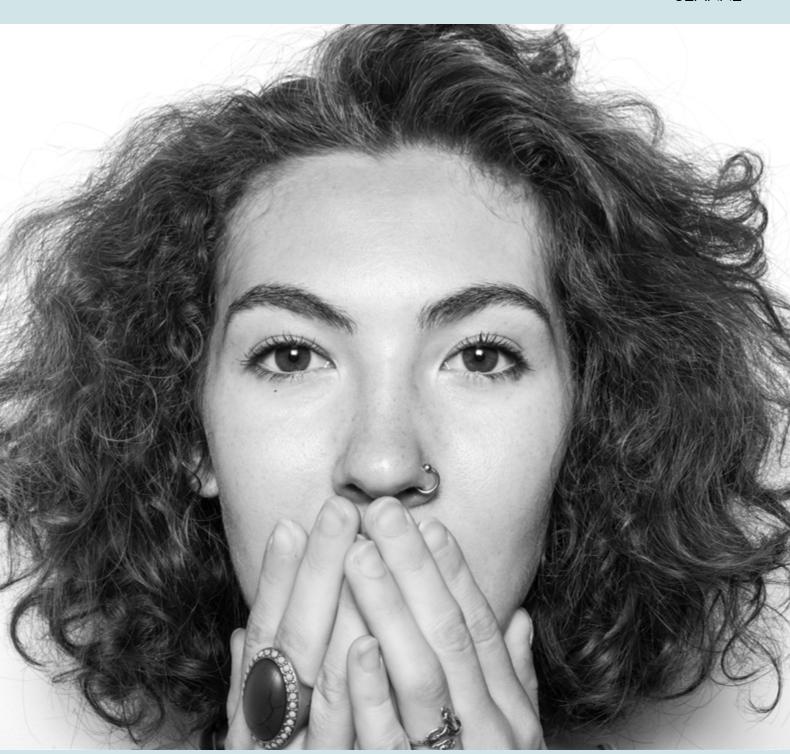
Plus que jamais, le digital nous apporte la preuve qu'il n'est pas un espace froid et déshumanisé. Les émotions y trouvent un nouveau terrain d'expression tandis que les réseaux sociaux participent à leur diffusion, répondant ainsi au besoin fondamental de l'individu : celui de partager sesses idées et ses états d'âme.. Ce sont elles qui font naitre les communautés et instaurent la relation entre les marques et l'internaute. Fascinant espace web qui enrichit chaque jour sa palette d'expression! Hashtags, emojis, films, récits, articles, billets, photos, gif, pétitions, motion, flat et désormais material design, chat, forum, post Facebook, tweet, Instagram, sliders, ...A chacun son outil d'expression pour raconter son émotion en format 2.0.

Anne Josse - Novembre 2017





**JEANNE** 

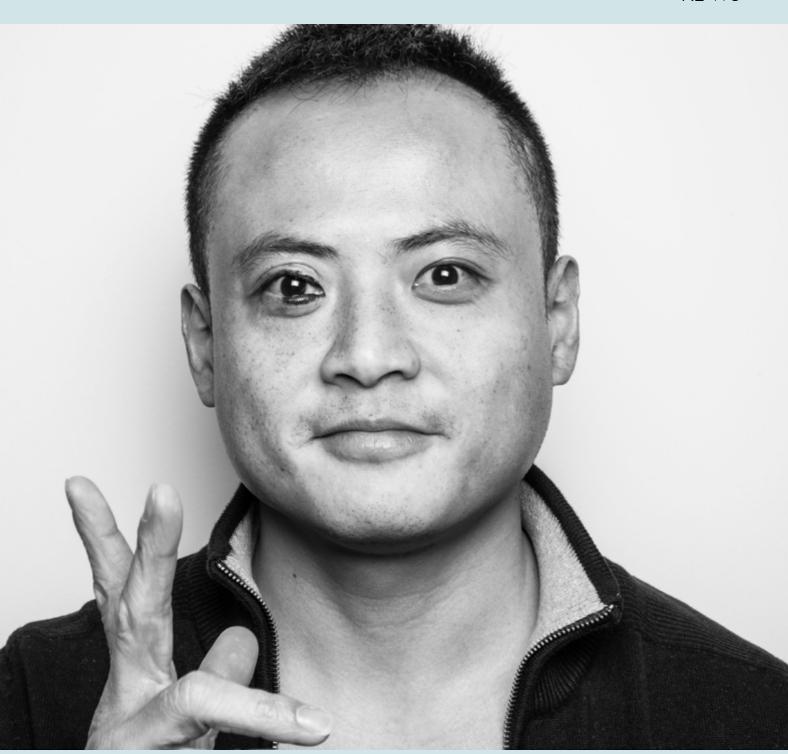


COLETTE





KE WU



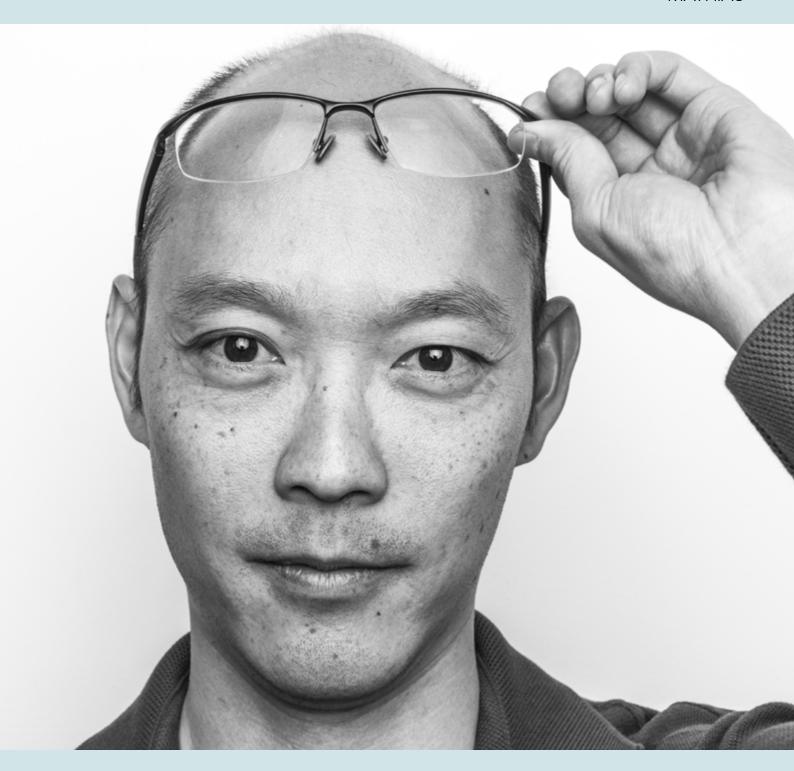
**KSENIA** 







MATHIAS



**NICOLAS** 





OPHÉLIE















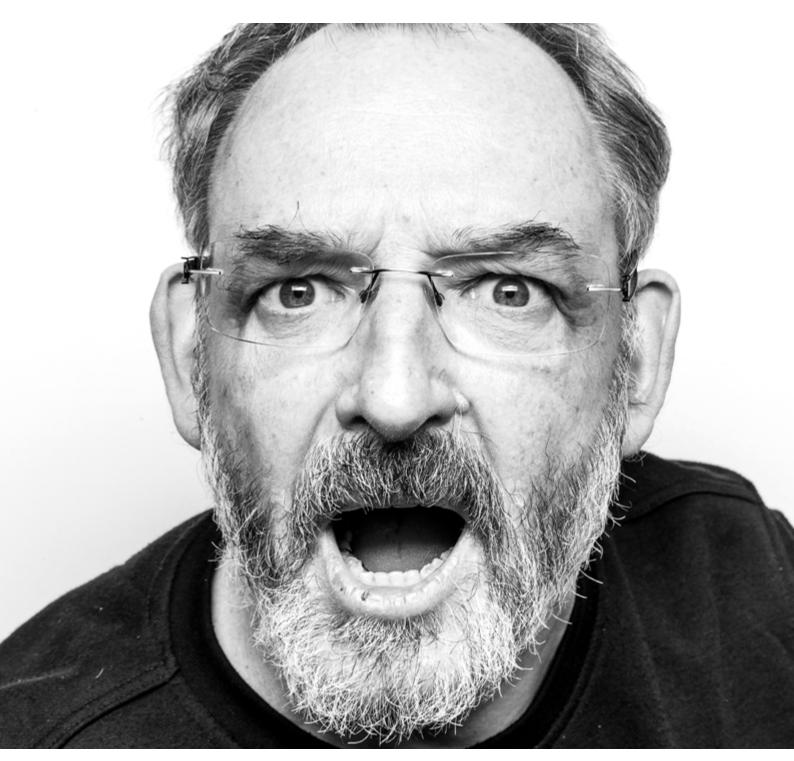




SÉRIE DE PORTRAITS ÉMOTIONS





















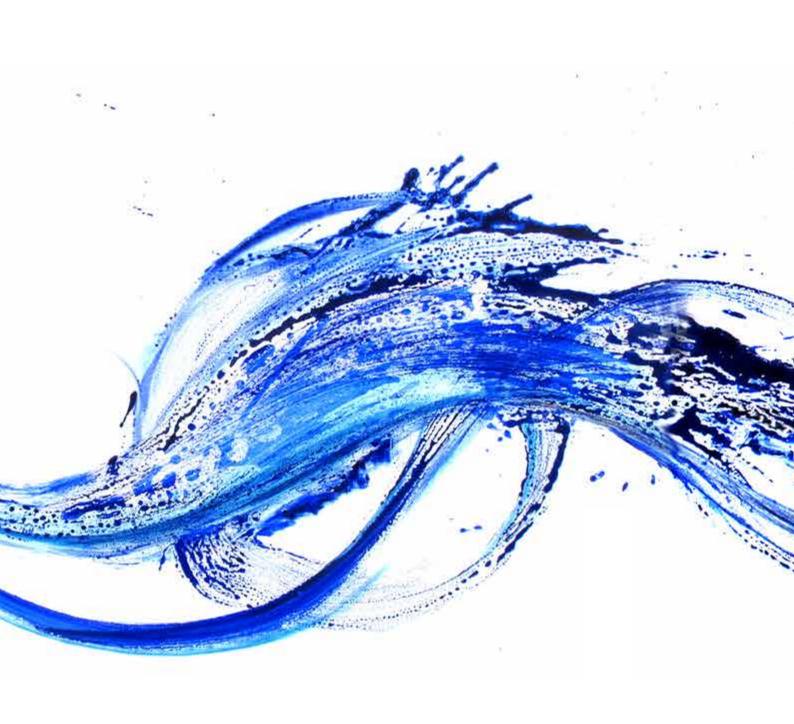












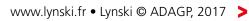
FLUXUS



## LYNSKI







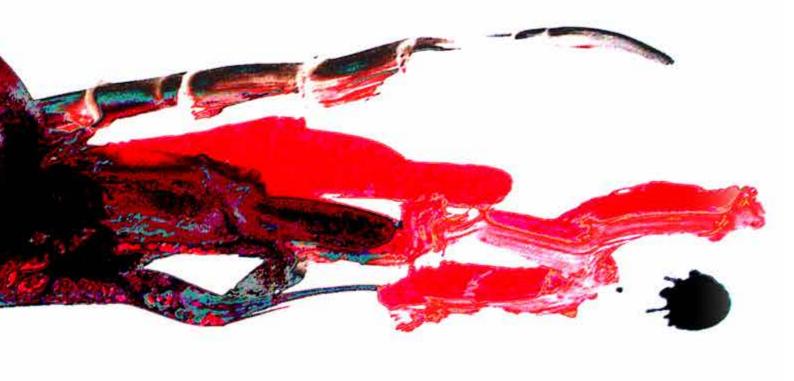






METAMÓRPHÔSIS

## LYNSKI

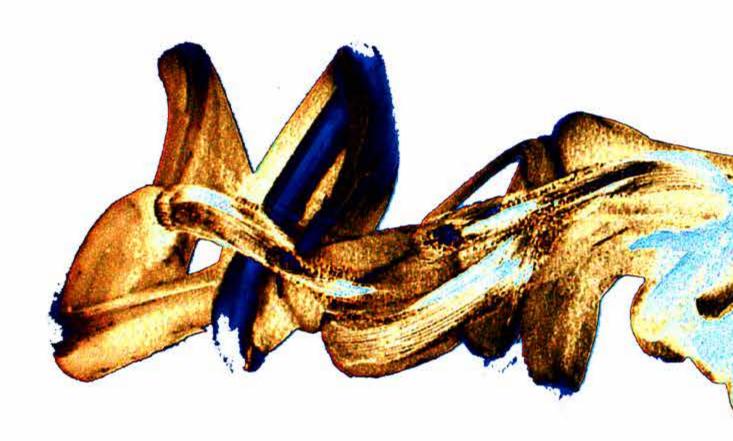












METAMÓRPHÔSIS

## LYNSKI











METAMÓRPHÔSIS

## LYNSKI





# LYNSKI



Z Lyński

LD ● 71 RC ●

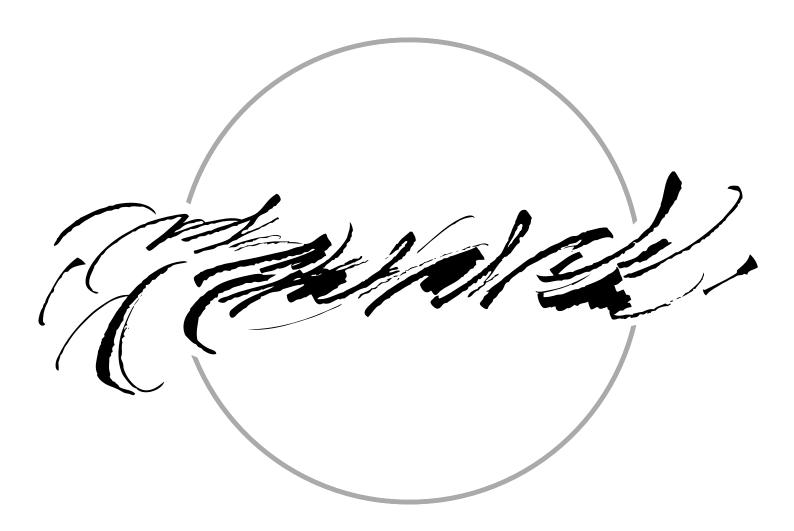




2 Lyúski

www.lvnski.fr

# LYNSKI



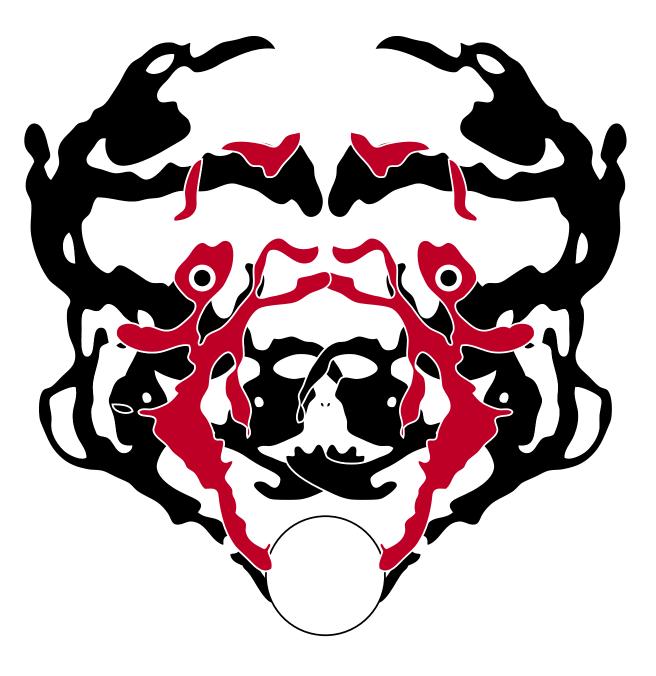
2 Lyński

Vanada lynski fr









Z Lyński



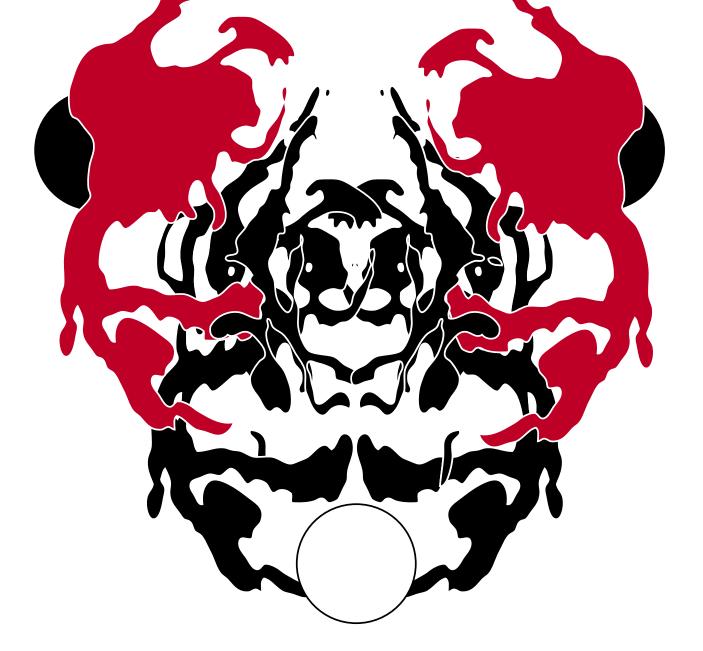
2 cyński







Z Lyński



Z Lyński

A vanada lyncki fr

# CHRYSTEL





#### Water & Soul

Ma mère est partie cet été.

Le jour de ma fête.

Je suis face à l'océan.

Ma tête en contact avec le ciel.

A la frontière du flou et du net.

Où es-tu?!

Ton corps, retour à la terre.

Ton âme reprend son voyage.

Lumière ici et pour toi.

Le pH de mes yeux est le même que celui de la vague.

L'eau est mon élément primordial.

Je m'y engage pour t'y retrouver.

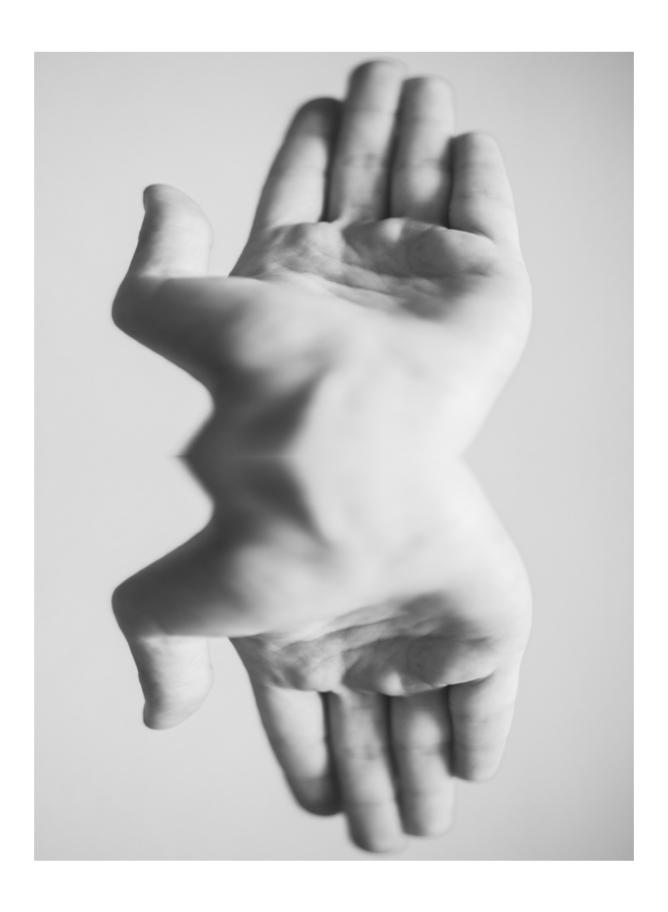
A l'horizon...

• Septembre 2017



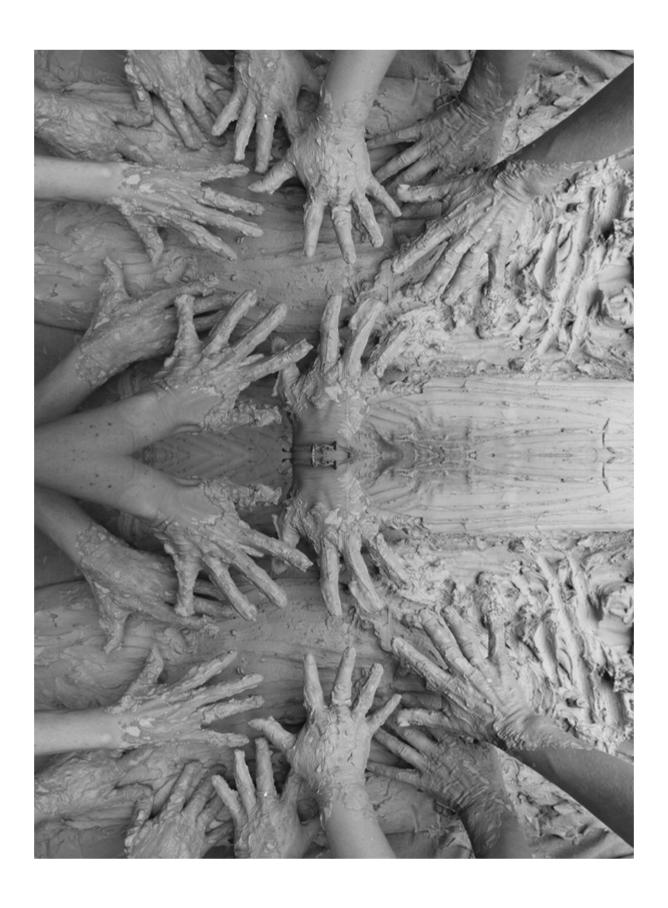


# SAUTEL





# SAUTEL







# SAUTEL





## **FLORENCE**

À corps À cris À cœur À cru À cran Accro!

#### Émotions n.f.:

Mer intérieure qui nous porte, nous submerge, parfois jusqu'à la nausée, dont le flux et le reflux nous bercent, nous giflent de cinglants éclats salés.

Matériau sensible et mouvant, émouvant.

#### Sourire, n.m.:

Arme de construction massive.

## Coup de foudre, n.m:

Projection fantasmagorique, ou intuition fulgurante.

## **HENNEQUIN**

#### **Sentiments**

J'ai peu dormi.

Je ne peux pas dormir.

Pourrais-je dormir à nouveau?

Oui bien sûr.

Quand cette surpression de joie sera partie rejoindre les étoiles, y envoyant tant de moi-même et me laissant illuminée.

Sourires ou vapeurs de rire fusent irrésistiblement, espiègles soupapes.

Il me semble voir à travers tous les mondes, pas en chute, mais en « ascension libre » dans l'énergie de la vie.

J'explose en mille éclats scintillants et joyeux, pour en un battement de cœur me rassembler à l'extrême, dense et unie comme jamais.

Je suis cet arbre de vie frémissant qui pousse obstinément à l'intérieur de moi depuis quelques jours.

Je n'ai pu qu'assister, impuissante et puissante à ce miracle.

Tout est semblable et tellement différent, ces émotions infinies me découpent en un vertigineux kaléidoscope.

Me laisser aller à elles comme je m'abandonne à ses mains, comme je me dissous dans sa peau, comme je la bois.

Laisser le tumulte malicieux de ces remous s'adoucir et dériver vers la fluidité des sentiments.

Novembre 2017



#### J'ATTENDS le numéro 46

## **FLORENCE**

#### Émotions n.f.:

Mer intérieure qui nous porte, nous submerge , parfois jusqu'à la nausée , dont le flux et le reflux nous bercent, nous giflent de cinglants éclats salés .

Matériau sensible et mouvant, émouvant.

Sourire, n.m. 🙁 🤓 🌌 :

Arme de construction massive 🌲 🛠 🦠 🔊 🔌.

Soupirail du bonheur 🌅.

Fleur de joie 🥦 🏶 💐

Larmes, n.m. 👌 🕰:

Nectar d'émotion 🍷

Hydrolat d'une folle gaité 😂, (hydrolatique), du chagrin 😝, du désespoir 😩, du soulagement, de la tendresse 😘, de l'extase 😇, d'une joie sans égale 🙃. (Hydrolat : expression obtenue par entraînement à la vapeur 💦 💨 )

Colère, n.m. 😡 🔞 😩: coup de grisou, ramonage intensif, parfois grisant : ne dit-on pas "ivre de rage" 🔌 🚨?

La radio 📠 préférée des colériques est " 🍪 ire et chansons 🎻 🎶 🎹".

Coup de foudre, n.m 💥 🗲 👸:

Projection fantasmagorique 💢 🍣 🐗, dans certains cas miraculeux, intuition fulgurante

## **HENNEQUIN**

Émotion viens de e-movere : qui fait sortir de soi, exprimer, quelque chose hors de soi. Un mouvement, un élan, qui nous donne un sentiment d'existence. Aucun scientifique 🔬 n'a encore réussi à prouver qui de la poule 🜓 ou de l'œuf 🝳 ... Nul ne peut dire si nos émotions viennent du corps ou de l'esprit. Lequel des 😰 les génère en premier 🍸 ? Une chose est sûre : les émotions 😆 🙃 😭 😵 🔯 😡 😀 précèdent les sentiments 😊 💞 💘 💖 🎇. Elles sont réflexe physiologique, phénoménal matériau d'adaptation, pur produit du cerveau reptilien 🌊, qui nous relie au monde 🕝 et aux autres 👫 🗮 👢 Pour ressentir 😧 , il faut percevoir 🍑 🦻 👃 🐣 🖐 . Des scientifiques 🚭 ‡∏🥶 ‡∏ont démontré que lorsque l'on suggère à une personne totalement déprimée 😞 d'arborer un sourire 🖴, même artificiel 😬, pendant plusieurs minutes 🕗, ce sourire génère en elle un mieux-être indéniable 🥞 😅. Ainsi, ils ont également démontré par 🔼 + 🖪 que sur une personne plutôt taciturne 😕, ayant tendance à froncer les sourcils wet arborer le faciès de la négativité 🤗, l'injection 🖋 💦 😤 de Botox l'empêchant de grimacer dans ce sens a des effets bénéfiques sur son humeur 🌱 🥋 🧇 🤛 😂 💍 🦰 🎏 🎏 👯 Youpiiii 👏 📍 🏗 🍾 🎉: il y a une biologie de la joie 😂 ! Les émotions sont langage 👄. Langage universel 🚅 🌠 🚝 🚰 💵 🖼 💶 📘 🔛 🧝 :



# JANJIĆ



LD ● 91 RC ●



JANJIĆ



## J'ATTENDS le numéro 46

## **OLIVIER**

## Les émotions

#### Les émotions, mon cul!

Ainsi commençait la discussion entre Paul et Julien, attablés dans le bistrot où ils avaient leurs habitudes. La serveuse, qu'ils avaient saluée d'une bise en arrivant, déposa la commande et laissa la petite note sous le rond de verre. Paul dévisagea la jeune femme qui avait entendu sa remarque. Il attendit qu'elle s'éloigne ou bien qu'elle dise quelque chose pour continuer sa démonstration. Sans prononcer la moindre parole, se contentant d'un sourire amusé, elle regagna le comptoir pour récupérer une autre commande.

- Non, je suis sérieux, les émotions nous empêchent d'agir avec discernement.
   L'autre fois... tu connais Yasmina?
- Oui, la nouvelle recrue dans l'équipe de management.
- Hé bien, elle arrive dans le bureau en remuant le cul comme s'il s'agissait d'un shaker à cocktails...
- Tu as de ces comparaisons, je ne sais pas où tu vas chercher des trucs pareils!
- Tu connais aussi Sadjo?
- Le commis?
- Oui, eh bien, Yasmina lui demande d'aller jusqu'à sa bagnole pour récupérer son

smartphone qu'elle a oublié, et bien tu devineras jamais!

- Il l'a fait...
- Justement non, il est pédé comme un phoque et il lui a répondu que ce n'était pas dans ses attributions. Par contre, Léna qui est lesbienne, eh bien qu'est-ce que tu crois qu'elle a fait ?
- Elle est allée chercher le téléphone portable, répondit Julien très heureux d'avoir réussi à conduire son ami sur ce terrain avec autant de facilité.
- Pas plus, elle est raciste comme pas permis, elle lui a rétorqué de bouger ses fesses.
- Et que veux-tu démontrer par ton raisonnement ? Je ne comprends pas où tu veux en venir.
- Tout est affaire de logique, dès que les sentiments ne prennent pas le dessus.
- C'est tout le contraire, si Sadjo n'avait pas été homosexuel et Léna une xénophobe, ils auraient agi tout autrement, ou pas.
- Tu es vraiment un mec tordu. Avec toi, tout devient compliqué.

Paul leva la main pour appeler à nouveau la serveuse. Une bière brune le tentait, il en avait terminé avec la première en la buvant d'une traite.

## **ISSAURAT**

- Tu reprends quelque chose?
- Je n'ai pas encore touché à la mienne, tu permets!
- Ah!

La serveuse revint et attendit que Paul passe sa commande.

- Vous en pensez quoi, vous ?

La serveuse dévisagea Paul, puis se tourna vers Julien pour tenter de comprendre de quoi il était question.

- Tu ne veux pas lui fiche la paix, elle a autre chose à faire que s'occuper de nos problèmes philosophiques, coupa Paul.
- Ne lui prêtez pas attention, il est de mauvaise humeur parce la nouvelle recrue, ne s'est pas adressée à lui pour son portable... Sérieusement, est-ce que vous pensez que les émotions entravent la logique des comportements ?

La serveuse appuya sa main libre sur le dossier d'une des chaises pour déposer son plateau sur la table de derrière.

- C'est l'heure de ma pause, si vous m'offrez un chocolat chaud, je réponds à votre question.
- Je peux répondre à votre place, si vous voulez, lança Paul, le plus sérieusement du monde, comme s'il s'adressait au groupe de commerciaux, dans la salle de conférence. Voyez-vous, là, au moment de vous asseoir, vous êtes déjà dans une forme

transactionnelle qui a plus à voir avec la logique de l'opportunisme que de l'émotion.

La serveuse était sur le point de récupérer son plateau et de décamper quand Julien l'attrapa par le bras.

- Il est stressé par son travail, ne l'écoutez pas et rasseyez-vous. Paul, pour te racheter, tu vas aller chercher le chocolat de la dame, hein, Paul!

Paul se leva de mauvaise grâce et fila jusqu'au comptoir. Il interpella le patron qui finissait de rendre la monnaie côté tabac. Puis il revint avec sa commande sans prêter attention à Julien qui était en grande conversation avec la serveuse. Une fois à leur hauteur, il déposa la tasse de chocolat précautionneusement puis reprit sa place.

- Merci, c'est gentil, lui répondit la serveuse, en agrémentant ses paroles d'un charmant sourire.
- Pendant que tu faisais la serveuse, dit Julien, j'ai proposé une expérience à notre amie. Mais avant, il faut que tu fasses ce que je vais te dire sans poser la moindre question et ensuite, je noterai sur un papier tes premières paroles.

Paul fit son regard d'ahuri, celui qui amusait tant Julien.

- Bon...
- Non, non, je veux un vrai engagement.

Il fit son autre regard, celui de la bouille de

#### J'ATTENDS le numéro 46

## **OLIVIER**

chien battu. Cette deuxième expression amusait encore plus Julien.

- Promis, juré croix de fer, si je meurs, je vais en enfer. Est-ce que ça suffit ou bien faut-il que je crache par terre?
- Ce n'est pas la peine, intervint la serveuse, j'ai suffisamment à faire avec les porcs qui font ça sans qu'on leur demande rien.
- Es-tu prêt?

Paul hocha la tête en signe d'acquiescement.

- Lève-toi, et... mademoiselle Jane, c'est bien ça.
- Oui, c'est bien ça.
- Levez-vous aussi et embrassez le garçon qui est en face de vous.

La serveuse s'exécuta et y mit toute la ferveur d'une jeune fille amoureuse. Puis elle se rassit, satisfaite de sa prestation. Paul, pas le moins du monde étonné par ce qui venait de se produire, resta un moment silencieux pendant que Julien faisait semblant de sortir son stylo et son calepin.

- Vous m'avez embrassé parce que c'est dans votre nature de serveuse d'obéir aux commandes qu'on vous passe.

La serveuse quitta sa chaise, fit un pas, se ravisa, revint vers Paul et leva le bras pour lui asséner une gifle. Paul se prépara à encaisser la violence de la main qui allait le frapper. Il avait fermé les yeux, quand il les rouvrit, la serveuse était en route pour rejoindre le comptoir et reprendre son service.

- Je l'ai échappé belle! souffla Paul.

Il ne vit pas venir celle de Julien que le cueillit à la base du menton aussi ferme qu'un coup de poing. Sa tête vrilla sur la droite et quand elle reprit sa position, sa joue en feu lui rappela, au cas où il l'aurait oublié, ce qui venait de se produire.

- Tu es un vrai connard, lui expliqua froidement Julien, tu m'avais bien dit que la serveuse te plaisait, non?

Paul resta interdit, fit la tête d'ahuri suivie de la tête de cocker, pour finir par revenir à sa tête normale.

- Je te monte un plan drague d'enfer avec Jane et tout ce que tu trouves à lui sortir, c'est une connerie pareille! Tiens, tu me fais honte, je me casse.

Julien se leva, fouilla dans sa poche intérieure et déposa un billet sur la table.

- Je préfère régler la note, tu es tellement con que tu serais capable de filer juste l'appoint!

Paul regarda son ami partir tout en pensant que de toute façon, il n'avait pas en poche la monnaie pour faire le compte juste...

Novembre 2017

# **ISSAURAT**

PORTRAIT (





## J'ATTENDS le numéro 46

## **OLIVIER**

## Les émotions

#### L'émotion c'est...

De découvrir que sa belle-mère ne l'est qu'à moitié... ça marche aussi avec le beaupère!

D'avoir un lit pour la nuit, mais pas le toit pour l'installer en dessous. Et que le temps est incertain...

De croire enfin en Dieu et de l'avoir en face de soi. Et de se demander ce qu'il va dire ou faire ? Surtout quand il vous appelle « mon fils ».

De découvrir que l'autre, c'est vous et qu'il y a un mur qui vous fait face, en guise de frontière!

Voir que les filles jouent au foot comme des garçons et un peu plus loin, qu'un type d'une vingtaine d'années saute à la corde. Alors vous vous demandez ce qu'est devenue la jeune fille de vos rêves sautillant sur place, chaussures à talonnette et jupe plissée. Rêve ou réalité ? Il va falloir choisir...

Quand vous courez dans le sable pour échapper à votre poursuivant, que vos chaussures s'enfoncent de plus en plus et que vous vous réveillez, du sable plein la bouche et l'œil qui gratte.

C'est aussi toi, quand tu t'éloignes.

L'émotion, c'est quand on a perdu 200 € dans la rue et qu'on pense à celui ou celle qui se baissera pour les ramasser.

Qu'on a raté le dernier train en sortant d'un spectacle, qu'on vient de quitter la gare de Nord et qu'on entame la longue marche pour rentrer chez soi.

Il n'est pas loin de deux heures du matin et quelqu'un vous met la main sur l'épaule...

Ou bien qu'on est à la bourre parce qu'on a mal dormi, ou trop bien, et qu'en finis-

## **ISSAURAT**

sant dans la salle de bain, on réalise qu'on rase quelqu'un d'autre dans le miroir.

C'est aussi la joie de se promener tout seul avec le chien, dans la rue, un matin de printemps, que les arbres bourgeonnent, mais que ce n'est pas vous que tenez la laisse.

L'émotion, c'est quand ton équipe a enfin gagné le match de sa vie, mais que tu n'as pas joué ce jour-là et que l'entraîneur arrive pour te remercier, comme il le fait avec chacun de tes coéquipiers.

Ou bien réaliser que tu es amoureux de ta sœur et découvrir qu'en réalité, c'était ton frère.

Etre une personne apeurée, qui a besoin d'aide, qu'on a la cinquantaine et qu'on est handicapé et que tout le monde pense qu'on ne peut pas compter sur vous.

Courir tout nu au milieu de la foule à la recherche de ses habits.

Etre assis tranquillement dans un amphi pour attendre la prochaine intervention sur la propagation des ondes en milieu inerte et apprendre que la personne qui doit prendre la parole, c'est vous.

Comprendre, en lisant la notice, qu'on a un bonbon double effet dans la bouche et réaliser que c'est la fin de l'effet sympa, que l'autre ne va pas tarder.

C'est marcher seul dans la rue... avec tous les autres.

C'est de ne pas savoir qui vous êtes et quelle sera votre réaction en lisant ces lignes, ni même si la revue à laquelle elles sont destinées accepte de les publier.

Novembre 2017



# SÉGAL

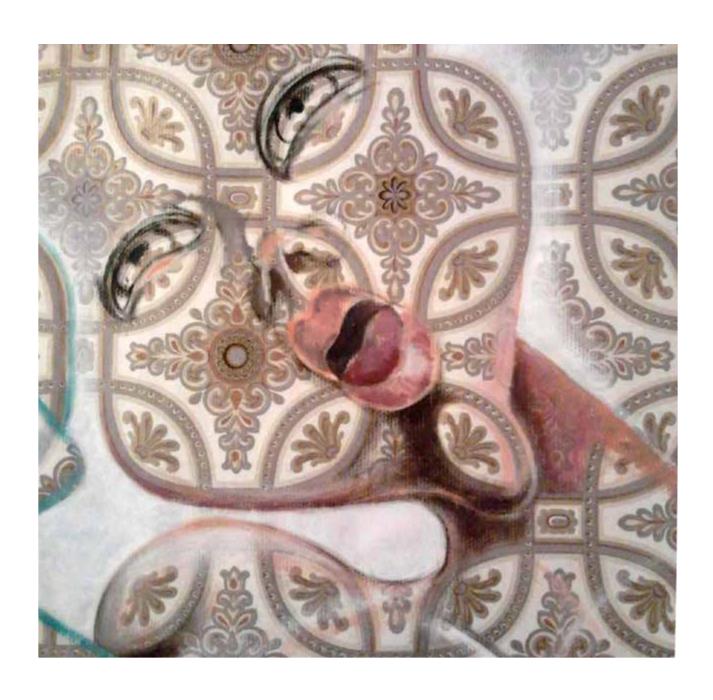




# DOMINIQUE

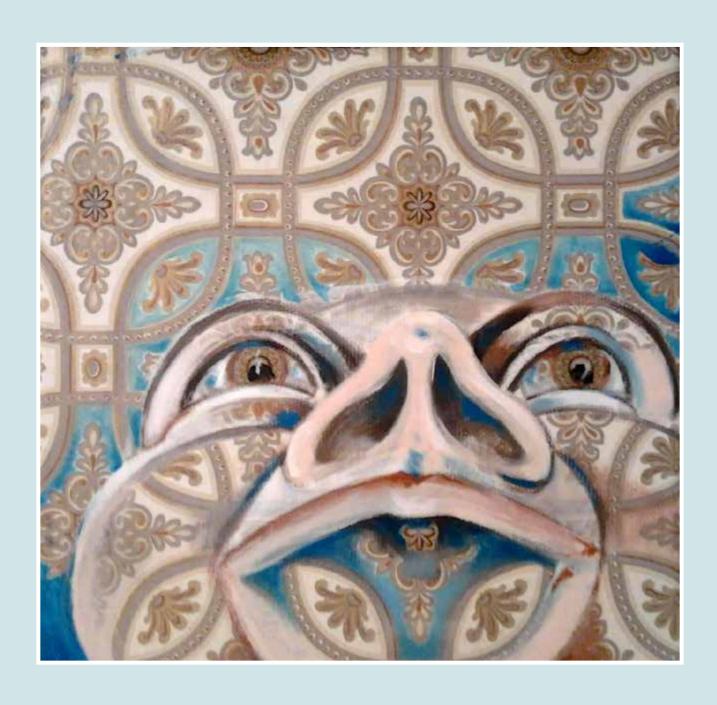


# PONGE





# DOMINIQUE



# PONGE

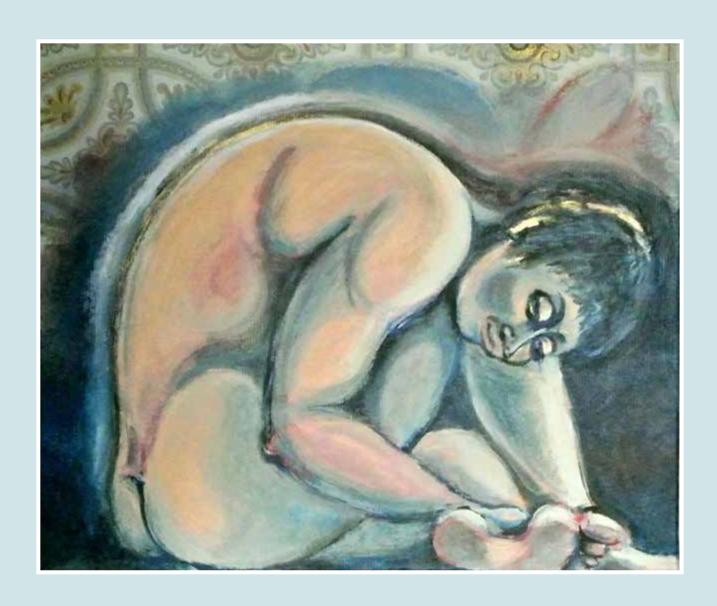




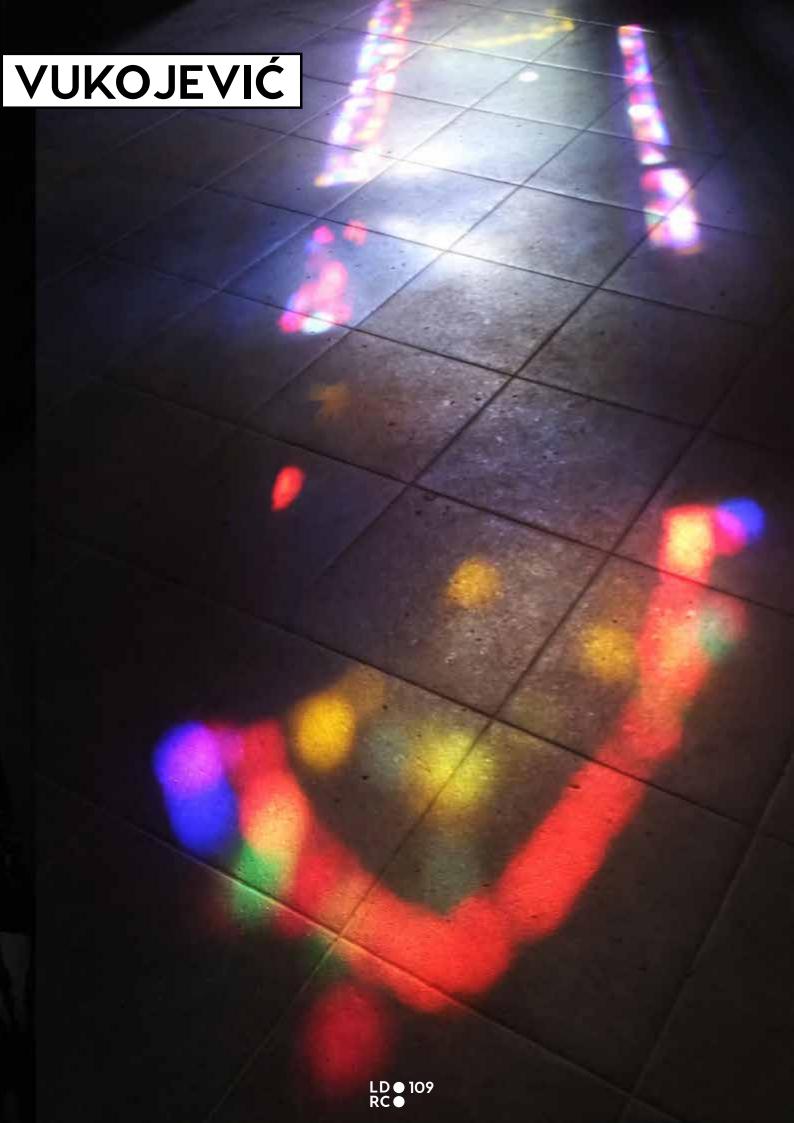
# DOMINIQUE



# PONGE











# J'ATTENDS LE NUMÉRO 46



NOVEMBRE · DÉCEMBRE 2017 SPÉCIAL ÉMOTIONS