Design *in* Translation

Optimisme créatif

Estelle Brunel

---

1. Définition

Dans *Do Design, Why beauty is key to everything*[1], Alan Moore met en évidence différentes notions. Parmi les plus présentes et importantes figure « l'optimisme créatif ».

Cette expression met en relation deux termes qui se complètent. Pour le comprendre, nous pouvons mettre en lien leurs définitions respectives. Pour commencer, le terme « optimisme », d'après le *Le Robert*, a deux sens. Le premier recouvre une « tournure d'esprit qui dispose à prendre les choses du bon côté, en négligeant leurs aspects fâcheux[2]. » Le second sens est un peu près similaire, mais il désigne plus spécifiquement un « sentiment de confiance dans l'issue d'une situation[3]. » Ce terme est donc synonyme d'espoir et d'enthousiasme.

Le second mot, « créatif », est à la fois un nom et un adjectif. Ici, il est adjectif et désigne quelqu'un « qui est d'esprit inventif[4] ». Mais en tant que nom, le créatif désigne un « créateur dans le domaine commercial[5] ». Ce mot est par conséquent synonyme d'inventif, imaginatif, innovant, concepteur, créateur, père, idéateur.

On comprend par cette expression composée de deux termes, que l'un ne va pas sans l'autre bien que le terme optimiste à lui tout seul englobe la créativité, comme le souligne Philippe Gabilliet avec sa définition de l'enthousiasme (synonyme d'optimisme) :

> *« Ce mot "enthousiasme" est une merveille. Il vient du grec ancien et signifie littéralement "dans le souffle de Dieu" ou, si l'on préfère une image moins patriarcale "dans le souffle de l'énergie créatrice" ».*

Philippe GABILLIET, *Éloge de l'optimisme - Quand les enthousiastes font bouger le monde*, Paris, 2010, p. 03.

Cette « énergie créatrice » est en quelque sorte restituée en tant que processus par Alan Moore dans la définition qu'il propose au chapitre intitulé « Quatorze exercices pour créer une beauté durable ». Il écrit en effet :

> *« Commencez par avoir vraiment envie d'apporter au monde quelque chose de différent. Votre optimisme va alors contaminer votre projet[6]. »*

© Design in Translation
téléchargé le 2026-11-19 01:35:21, depuis le 216.73.217.129

Il s'agit bien de processus car ce passage met en perspective la manière d'accéder à l'optimisme plus qu'il ne le définit en lui-même. Peut-être cela tient-il au fait que cet « optimisme créatif » n'est qu'un moyen en vue d'une fin, la « beauté durable ». En atteignant la créativité par la volonté de bien faire, nous avons accès au beau qui, lui, permet de créer des objets ou encore des services qui dureront dans le temps. C'est par ce moyen que l'homme dessine le monde utopique qu'il envisage.

2. De l'anglais au français

La traduction française proposée dans le livre d'Alan Moore reprend mot à mot le terme employé par l'auteur : « creative optimism » est devenu « optimisme créatif ». Cette traduction littérale est ici un bon procédé car elle permet de définir de la même manière le terme et de mettre en avant l'importance de la création et surtout de la pensée originale, innovatrice, etc. Néanmoins, le terme traduit n'apporte pas grand-chose au terme original en termes d'information.

En anglais, on retrouve ce terme au chapiter 19 de l'ouvrage *Shingle beach and John Donne paradise in a garden* dans ce passage : « I treasure his book because Jarman lifts us up with his spirit of creative optimism[7] […] ». Comme on le voit dans ce passage, cette notion, bien que peu mise en avant telle quelle, est souvent employée quand il s'agit de parler de curiosité et d'ouverture d'esprit. C'est encore le cas dans le chapitre 11 du livre de Moore[8] : « The curious mind of the wellspring of creativity. », que l'on peut traduire par « L'esprit curieux est la source de la créativité ». Faudrait-il pour autant traduire « creative optimism » par « optimisme curieux » ? Le sens ne serait pas mieux restitué.

3. Explication du concept

L'optimisme créatif est une notion qui encourage le lecteur du livre à créer une pensée originale (*original thinking*) et à contribuer à « créer quelque chose d'unique, de précieux, de durable et de beau[9]. » Ainsi, l'optimisme créatif est un ingrédient indispensable à la recette de l'amélioration du monde et à la recherche de l'Utopie[10] par le beau. Cette notion donne au créateur l'élan, l'engagement et la motivation pour créer la beauté et donc mettre du cœur à l'ouvrage. C'est aussi ce moyen qui permet à l'inventeur d'innover. Mais dans *Concevoir, Pourquoi la beauté et le design sont les clés de la réussite*[11], Alan Moore, plus que de définir le concept en lui-même, donne des moyens pour atteindre cet état d'esprit. Ce livre, en effet, met l'accent sur le processus et le savoir-faire plutôt que le savoir. Ce que l'on remarque, c'est qu'il y a, ici, une grande part d'instinct, d'introspection et qu'il est important de ne pas se plier à la société mais de plier la société à soi, si l'on suit l'auteur. L'optimisme est une part importante des exercices d'Alan Moore car sans celui-ci « on préfère la sécurité qu'offre la médiocrité, voire pire[12]. »

L'optimisme créatif est donc une notion en design à mettre en valeur pour pouvoir donner du sens à ce que l'on réalise.

Estelle BRUNEL, Master 1 « Design, Arts, Médias », Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2021-2022

© Design in Translation
téléchargé le 2026-11-19 01:35:21, depuis le
216.73.217.129

1. Publié en français sous le titre *Concevoir. Pourquoi la beauté et le design sont les clés de la réussite,* Paris, Pyramid éditions, 2019.
2. Optimisme, dans *Le Robert*. La définition est disponible sur :
3. *Ibidem*
4. Créatif, dans *Le Robert*. La définition est disponible sur :
5. *Ibidem*
6. Alan, MOORE, *Concevoir, Pourquoi la beauté et le design sont les clés de la réussite,* Paris, Pyramid editions, 2019, p. 57.
7. Alan, MOORE*, Do Design, Why beauty is key to everything,* London, The Do Book Company editions, 2016, p. 68. On pourrait traduire : « Je chéris son livre car Jarman nous élève avec son optimisme créatif »
8. Alan, MOORE*, Do Design, Why beauty is key to everything, op. cit.*, 2016, p. 68.
9. *Ibidem*, p. 35.
10. *Ibid*., p. 87.
11. Alan, MOORE, *Concevoir, Pourquoi la beauté et le design sont les clés de la réussite*, Paris, Pyramid editions, 2019.
12. *Ibidem*, p. 84.

© Design in Translation
téléchargé le 2026-11-19 01:35:21, depuis le 216.73.217.129