

## **L'architecture étudié est le grand magasin La Samaritaine dans le 1er arrondissement de Paris entre 12h et 13h.**

### **► Sentir les évènements de la vie.**

Dès l'instant où je franchis l'enceinte de l'édifice, je sais auditivement que je me trouve dans un grand magasin. Je suis happée par un foisonnement d'informations sonores continues m'indiquant que la vie s'y trouve.

- Une musique chill diffusée dans les haut-parleurs qui accompagne le mouvement lent des usagers faisant leur shopping dont entend parfois les pas avec des personnes en talons. Le froissement des vêtements.
- Le roulement grave des escalators entre chaque étage.
- Ainsi qu'un bourdonnement de voix qui nous enveloppe tout du long, notamment au dernier étage dédié à la restauration où l'effet cocktail se produit. Les voix et le tintement des couverts et assiettes sont amplifiées en se répercutant sur les vitres de la haute verrière presque en arc. C'est à cet étage que la réverbération se fait plus sentir que nul par autre dans l'édifice.

### **► Visualiser auditivement la géométrie spatiale**

L'architecture et les équipements de la Samaritaine permettent de visualiser auditivement des espaces distincts. Dans un premier temps, on perçoit moyennement la grandeur et la hauteur du lieu car la réverbération n'est pas longue lorsqu'on se trouve au rez-de-chaussée. On ressent tout de même que le son monte. Là où dans les 4 premiers étages je ne vais entendre aucune réverbération, me laissant constaté qu'il y a de nombreux obstacles (faux plafonds et plafonds bas, les stands d'objets et de vêtements), le dernier étage fait lui, visualiser auditivement sa hauteur et un espace plus vide, avec un temps de réverbération plus important.

### **► Propager des symboles culturels**

Comme symboles culturels, je pense que la musique et les annonces diffusées par les haut-parleurs dans un espace de commerces en est un. Ainsi que la musique des couverts et assiettes qui nous indiquent que l'on se trouve dans un restaurant. Et surtout le brouhaha qui nous indique que l'on n'est pas dans une bibliothèque mais un magasin.

### **► Stimuler des émotions**

Le brouhaha peut donner un sentiment d'immersion, de perte et d'intimité dans cet espace. La musique chill incite à prendre son temps.

### **► Communiquer des informations orales**

Annonces dans les haut-parleurs, et échanges avec les vendeurs.

### **► Sentir le mouvement du temps**

Il y a une notion de temporalité dans la Samaritaine, perceptible car elle se superpose aux allées et venues des usagers créant le brouhaha. Le matin les profusions sonores seront moins intenses et riches qu'en pleine après-midi ou début de soirée pour finalement s'éteindre à la fermeture du magasin.

► **Construire des relations sociales**

Je me trouve dans un environnement sonore dans lequel il y a des échanges en permanence. Les gens parlent et communiquent entre eux. Allant des conversations intimes entre des amis faisant du shopping ensemble, ou mangeant ensemble aux échanges avec les vendeurs du magasin, ce ne sont pas des éclats de voix forte, nous avons conscience que nous sommes dans un espace public clos.

► **Retenir une mémoire des expériences que nous avons vécues.**

Lorsque j'ai quitté la Samaritaine, la mémoire auditive que j'en ai retenue est le bourdonnement des voix qui monte tout en haut de l'édifice, de la musique accompagnant nos mouvements.