

# **DESIGN SPECULATIF : LA GUERRE DES IMAGINAIRES**



# **DESIGN SPECULATIF : LA GUERRE DES IMAGINAIRES**

## **ANTOINE PUEL**

Mémoire réalisé à l'ERG  
sous la direction de Fabrizio Terranova et Harrisson

# Sommaire

- 6** - Alors c'est ça le futur ?
- 9** - Des rêves aux espoirs
- 16** - Une certaine idée de l'avenir
- 34** - La guerre des imaginaires
- 52** - Pour des futurs désobéissants

**« Qui sait de quoi demain sera fait ?  
Peu importe au fond : le futur, même  
incertain, chacun en parle comme si  
son existence allait de soi. Il a pourtant  
tout d'un mirage si nous l'imaginons  
comme une région temporelle où se lo-  
gerait d'avance tout ce qui aura eu lieu.  
Si il s'agit d'un présent simplement à  
venir, d'une vaste réserve de présent,  
en attente de réalisation, alors le futur  
n'existe pas et n'existera jamais. Au-  
jourd'hui, il n'est pas encore; une fois  
réalisé, il ne sera plus à venir. Reste la  
grammaire des temps signalée par les  
conjugaisons du verbe. Mais ce futur là  
n'a pas grand chose à voir avec l'objet  
de nos espoirs et de nos craintes, l'ave-  
nir prédit ou promis, redouté ou rêvé.  
Entre le futur antérieur, qui n'est qu'un  
passé anticipé, et la forme vide du pro-  
jet, qui n'est qu'une dimension de la  
conscience anticipatrice, comment  
donnera t-on au futur la consistance  
qu'il mérite ? »**

Alain Bublex et Elie During, Le futur n'existe pas, 2014, édition B42

## ALORS C'EST ÇA LE FUTUR ?

Il y a quelques années, dans le cadre d'un projet scolaire, j'ai eu l'occasion de demander à des enfants d'une école primaire de produire des dessins représentant leur vision du futur. Le thème était volontairement libre, je voulais connaître leurs idées sur la ville, les objets, ou les humains du futur. Le résultat fut assez univoque : il semblerait que pour les enfants, le futur se résume à des voitures volantes, des animaux volants, des objets volants ainsi que des robots ménagers volants et des machine à remonter le temps (volantes).

Hormis le côté anecdotique de la chose, cela m'a amené à me poser cette question : qu'est ce que cela peut bien vouloir dire de notre vision du futur ? En voyant ces dessins, j'ai eu l'impression que nos imaginaires du futur n'avaient pas évolué, qu'ils étaient restés les mêmes que quand j'étais enfant, ou que quand mes parents l'étaient. Les fantasmes de la science-fiction des années 1970 semblent pour certains se concrétiser (on pensera par exemple aux casques de réalité virtuelle ou à l'émergence des intelligences artificielles), et d'autres, comme les voitures volantes ou les voyages spatiaux, conservent malgré tout cette aura futuriste — ou plutôt devrait-on dire *rétro-futuriste*. Nous sommes habitués à voir une certaine image du futur, celle qui est montrée dans les spots publicitaires, sur les affiches de films, mais aussi dans le design des objets eux-mêmes. Le futur a comme un goût de déjà vu...

En tant que praticien, les questions technologiques sont au cœur de ma pratique personnelle. Et technologie et futur font bon ménage. C'est pourquoi le constat me semble en réalité plus grave. Le fait est que les grandes entreprises de la Silicon Valley (Google, Facebook, Microsoft, Apple, Amazon, entre autres) ont l'air d'avoir dévorées toutes nos visions d'avenir. Le concept de futur semble détenu par les leaders des nouvelles technologies. Le futur a plutôt comme un goût de javel...

Un mouvement de designers, pourtant, s'intéresse fortement à la question du futur technologique : le design spéculatif. Elle remet notamment en question la domination technologique de la Silicon Valley.

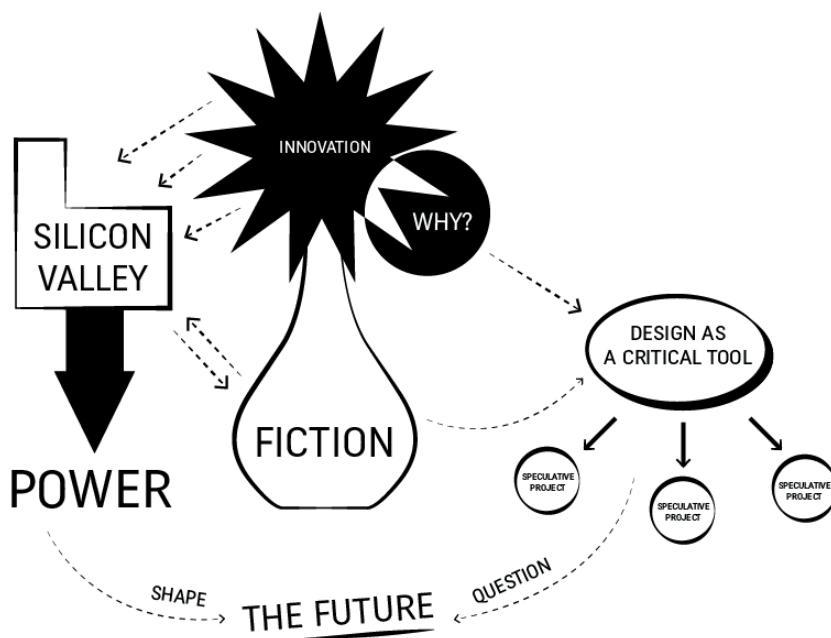
Dans ce combat entre course à l'innovation effrenée et provocations avant-gardiste, la question est de savoir si la pratique du design spéculatif peut devenir un outil de réappropriation des imaginaires du futur ? et se présente-t-elle comme un outil efficace ?

s'efforce de proposer des alternatives aux futurs produit par les sociétés technologiques et les médias mainstream.

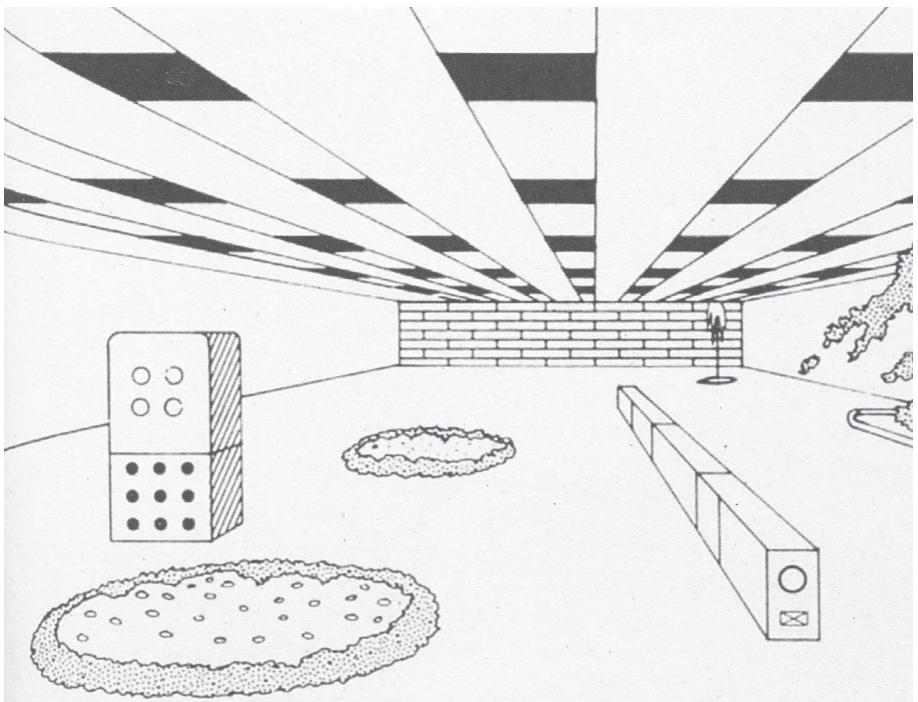
En restreignant les questionnements autour d'une pratique distincte, évoluant dans le champ de l'art, et produisant des objets singuliers, cela permettra à la fois de définir les contours du design spéculatif, et de dégager des éléments de réponses faisant écho à ma pratique personnelle.

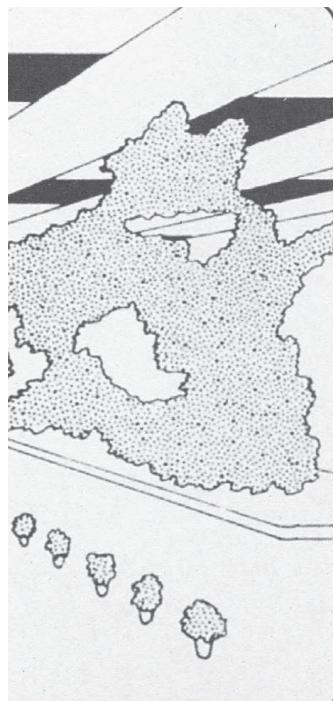
L'émergence du design radical des années 1960 sera le point de départ de ma réflexion, puis [j'essaierai de pointer] les failles de nos imaginaires du futur, pour conclure sur toutes les pratiques qui tentent de produire des alternatives et influence mon travail.

Bonne lecture.



## 1. DES RÊVES AUX ESPOIRS





## Comment le design peut-il être spéculatif?

Si le sujet de ce mémoire n'est pas restreint au design spéculatif, il est le fil conducteur de ma pensée tout au long de ce texte. Design spéculatif : deux termes que tout semble opposer à première vue s'associent depuis moins d'une décennie pour former une pratique nouvelle. Deux termes qu'il s'agira de définir un tant soit peu.

Le «spéculatif», d'un côté, bénéficie d'un regain d'intérêt pour tout un ensemble de praticiens, porté notamment par divers philosophes qui construisent une pensée alternative autour de ce concept. Il a très fort à voir avec le futur, puisqu'il est l'espace de ce qui n'est pas encore advenu, de ce qui pourrait arriver. On aura l'occasion de revenir plus en détails là dessus. Mais pour commencer, il me semble nécessaire de replacer le design dans le contexte actuel.

D'abord, on observe que le design contemporain est pleinement intégré au système capitaliste et à son système économique. La notion de design aujourd'hui est très fortement lié à celle du progrès et d'innovation, et se focalise principalement vers la conception d'objets et la recherche de solutions à tous types de problèmes. Depuis la révolution industrielle, ces deux concepts constituent la base de l'idéologie dominante, prêché à la fois par les entreprises et les gouvernements, à la recherche constante de croissance et de stabilité. Le design, sous sa forme la plus *mainstream*, est orienté vers la recherche de solutions au service de l'industrie et s'intègre dans des logiques de productions standardisées.

James Auger, designer et précurseur de la pratique du design spéculatif, explique dans une interview<sup>[x]</sup> que le design peut évidemment répondre à tous les besoins cités ci-dessus; mais il est aujourd'hui si intrinsèquement lié aux systèmes commerciaux et aux logiques d'innovations qu'il a été réduit à une «machine à produire de la nouveauté». Il observe un optimisme omniprésent pour la technologie, et qu'il devient, par conséquent, comme anormal pour les designers de réfléchir aux implications sociales de leurs produits (technologiques). Il n'y a pas de remise en question : «la technologie est bonne; les produits sont bons; le futur sera forcément bon!» ironise Auger.

En ce sens, on comprend que la pratique du design n'est jamais neutre. Elle tend toujours vers un idéal; la croyance dans le progrès, c'est aussi

et surtout la croyance en une vie meilleure, que le design serait capabale de façonner. Le design est alors nécessairement politique et idéologique; les designers héritaient donc d'une responsabilité dans la construction du futur.

## **«Mythes enseignés dans les écoles de design: (1) Le Design est bon, (2) Le Design rend meilleure la vie des gens, (3) Le Design résout des problèmes.»**

James Auger, Designer

James Auger montre qu'une fois que ces «mythes du design» sont exposés, une nouvelle forme de design devient possible. Une pratique «plus responsable, plus intellectuelle et plus créative», qui «célèbre la complexité, comprend sa propre histoire et surtout, pose beaucoup de questions».

D'emblée, associer le spéculatif au terme de design crée une ambivalence intéressante. Comment une pratique basée sur la conception de formes et de fonctions concrètes peut s'associer à une notion relevant de l'abstraction et du théorique ?



ICONO?

## D'un design industriel à un design radical

Pour tenter de comprendre dans quel contexte évolue le design spéculatif, il semble nécessaire de faire quelques pas en arrière dans la pratique du design. Car, si le design spéculatif, nommé ainsi, est une pratique récente, il n'en est pas moins héritier de tout un mouvement contestataire de la fin des années 1960. L'émergence, à l'époque, de groupes tels qu'Archizoom, Superstudio, Alchimia en Italie, Archigram en Angleterre, ou Haus-Rucker-Co en Allemagne annonce déjà les prémisses d'une pratique nouvelle du design : radicale, critique et utopiste.

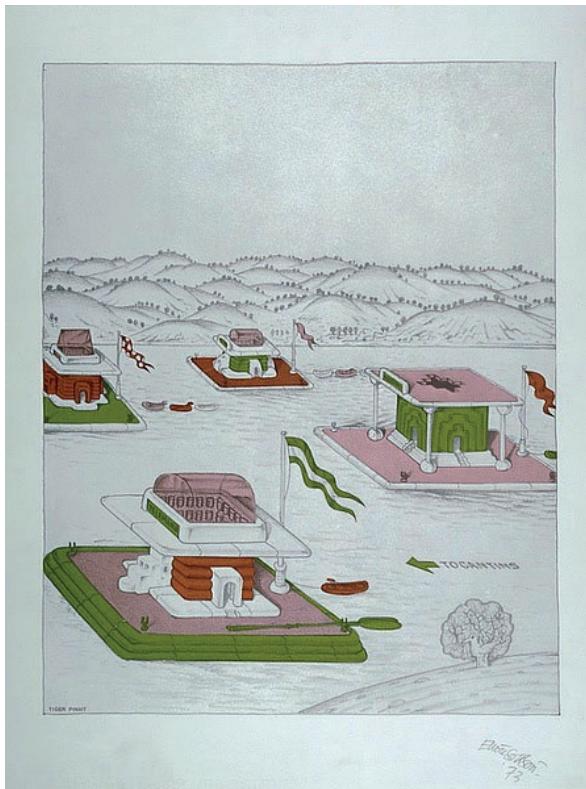
Ce mouvement, appelé *design radical*, propose de remettre en question la pratique d'un design fonctionnaliste, légititaire, notamment, des théories modernistes et de l'expansion de la production industrielle d'après-guerre. Design et industrie sont à l'époque très fortement liés et représentent un idéal pour forger «un homme nouveau» et constituer un «modèle définitif de société»<sup>[1]</sup>. Mais, en Italie notamment, certains praticiens de l'époque, observent les dérives du capitalisme et de la société de consommation que ce système fait naître. Plusieurs designers tels qu'Alessandro Mendini, Ettore Sottsass, ou Andrea Branzi, déjà reconnus alors, sont les chefs de file de ce mouvement.

À travers la production d'objets et de meubles, mais aussi de textes, de revues ou de dessins, ils définissent les principes de cette pratique radicale. D'une part, ils prônent l'éloignement d'une pratique *mainstream* ou industrielle du design, et engagent déjà une résistance face à la domination technologique. Ils utiliseront le design comme un outil d'exploration des techniques et des usages, insoumis aux contraintes de production.

- *Mind Expanders*,  
Casques déformant  
la vision en créant de  
nouvelles perspectives

1967-1969  
Haus-Rucker-Co





- *Il pianeta come festival*,  
Radeaux pour écouter  
de la musique de  
chambre

1973  
Ettore Sottsass

Liberté et expérimentation sont les maîtres-mots qui définissent cette nouvelle pratique. Naîtront dès lors des projets tentant de redéfinir les usages entre l'objet et l'usager, ses modes de consommation et sa place dans la société.

Avec beaucoup de dérision, ces designers remettent en question le métier de designer, sa fonction et son utilité dans le monde. Ainsi ils revisiteront des objets du quotidien, avec par exemple la série *Banal Objects* de Archizoom, où des meubles plus emblématiques comme la fameuse *Mies Chair d'Alchimia*, détournement absurde du fauteuil du designer Mies Van der Rohe. Les dessins de la série *Il pianeta come festival* de Ettore Sottsass, les casques *Mind Expanders* de **Haus-Rucker-Co**, ou la *No-Stop-City* de **Archizoom** sont des bons exemples de projets représentatifs de ce mouvement, car ils renferment en eux une portée utopique, chargée d'ironie vis-à-vis du design traditionnel. Andrea Branzi, un des



- *No-Stop-City*, Projet architectural utopiste

1969  
Archizoom

fondateurs d'Archizoom déclarera d'ailleurs qu'«aux utopies qualitatives, nous répondons par la seule utopie possible : celle de la *Quantité*».

Principe qu'il mettra à l'oeuvre dans No-Stop City justement, projet urbain présenté comme une utopie critique, basée sur une vision réaliste du monde, où le design est appréhendé comme l'outil théorique primordial pour transformer les modes de vie et le territoire. No-Stop City se donne comme une sorte de parking aménagé de meubles habitables, utilisables selon les circonstances, et dans lequel l'individu peut réaliser son habitat comme une activité créatrice, libérée et personnelle. Se donnant à voir comme modèle de métropole immatérielle et conceptuelle, Branzi compte, avec No-Stop City, débarasser la ville de toute charge symbolique.

À la même époque émergent également des pensées forgées autour de l'utopie, dont une des plus emblématiques est celle de Herbert Marcuse. Le philosophe allemand fera à l'époque une analyse critique de la société de consommation (société d'abondance selon ses termes), qu'il qualifie d'obscène. Figure des mouvements de contestation des années 1960, Marcuse explique que l'utopie se présente comme un discours négatif : si la stratégie recommandée face à cet absolutisme du pouvoir tech-

nologique est la critique, l'utopie revêt alors la forme d'une pensée négative, c'est-à-dire une pensée du refus, en opposition absolue avec le pouvoir établi.

Dans une interview accordée à la RTS en 1971, Marcuse éclaire sa pensée en expliquant que certains groupes sociaux contrôlent l'usage de la science et de la technologie, afin de les détourner dans *leur* propre but. Traditionnellement, la science est associée à une amélioration de

**«L'adjectif «utopique» ne désigne plus ce qui n'a «pas de place» ou ne «peut pas avoir de place» dans l'univers historique, mais plutôt ce à quoi la puissance des sociétés établies interdit de voir le jour.»**

Herbert Marcuse, philosophe

la condition humaine, mais Marcuse affirme que la science est détournée de son objectif par ces groupes dominants, car elle serait en réalité employée pour le contraire, à savoir la destruction de l'humanité et de la nature ; cet «usage infâme» pervertirait «la puissance libératrice de la science en puissance de l'asservissement». Marcuse n'est cependant pas technophobe : au contraire, il prône la libération de l'homme, qui selon lui se fera par la libération de la science ; Il faut «briser la pratique de la science» en passant par un changement de la structure établie, d'où le recours nécessaire à l'utopie. Il rêve de technologies qui soulagent le monde, dans un but de pacification de l'existence.

On aura compris que les designers radicaux sont critiques de la société ; mais leur radicalité passe aussi par leur remise en question du métier même de designer. On pensera notamment ici aux critiques émises par le design radical envers le **Good Design**, dont les préceptes les plus connus sont les *10 principes de bon design* de Dieter Rams, designer chargé à l'époque de la conception des objets de la marque Braun. En s'écartant

- *Mies Chair*, pastiche satirique du célèbre fauteuil de Mies Van Der Rohe

1980  
Alchimia



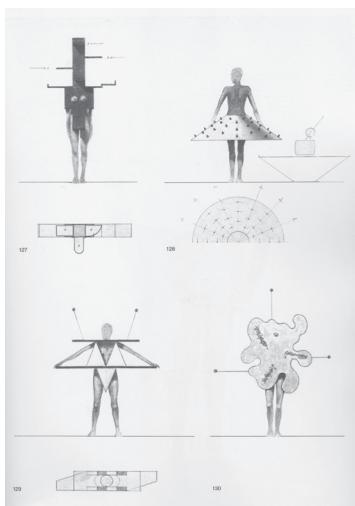
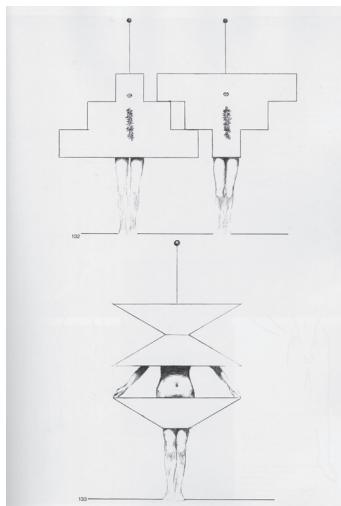
**« Alchimia est un laboratoire pour une iconographie nouvelle »**

Alessandro Mendini



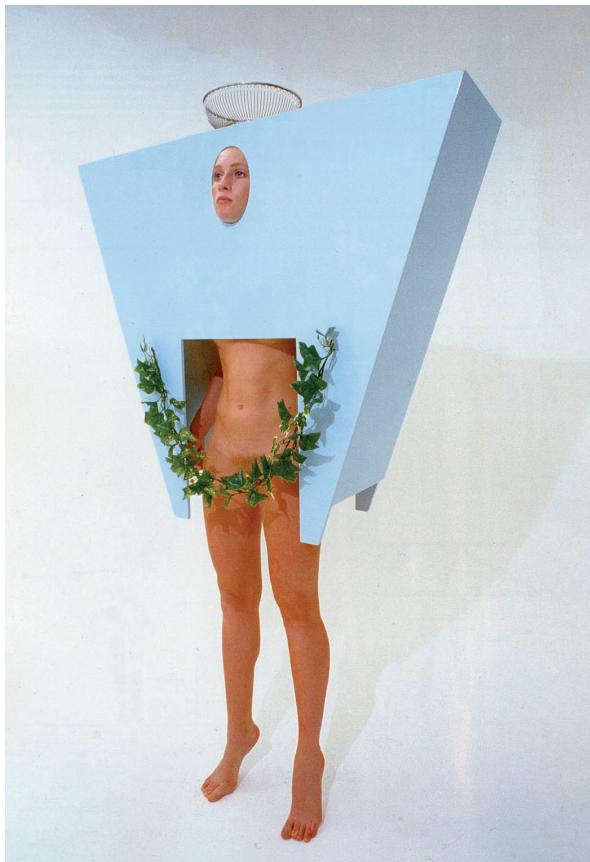
- *Banal Objects*, objets du quotidien revisités

1980  
Alchimia



- *Furnishings as Clothes*, dessins préparatoires

1982  
Alchimia



- *Furnishings as Clothes*, séries de meubles conçus comme vêtements

1982  
Alchimia

des prescriptions dictés par les fonctionnalistes, les radicaux affirment une fois de plus leur volonté de s'affranchir des règles. Autour d'un prisme social et politique, ce mouvement d'avant-garde s'essaye donc à réinventer la profession de designer.

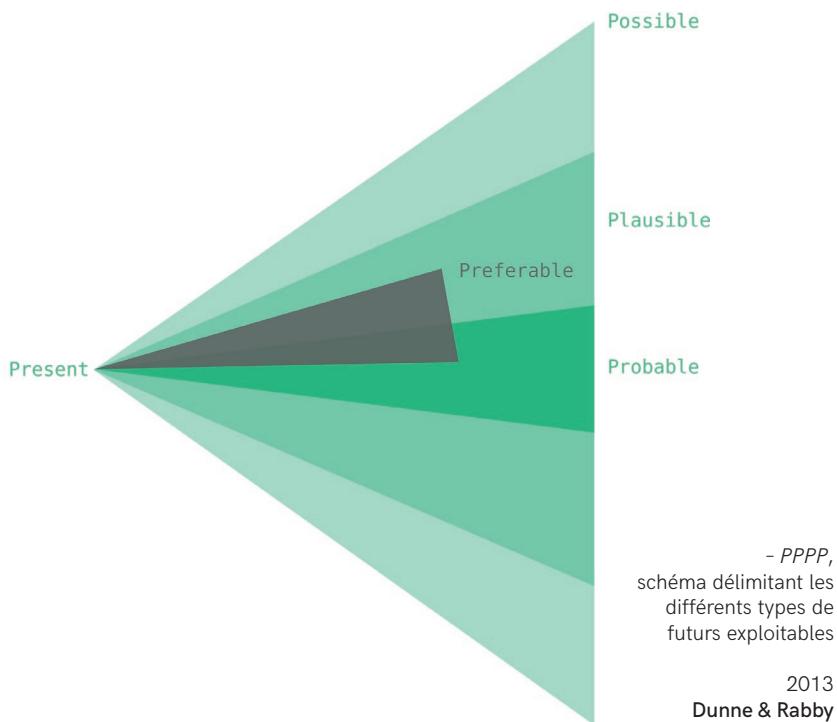
Le but ici n'est pas de faire un exposé sur le design radical, sur le *Nuovo Design* ou le mouvement anti-design. On pourrait consacrer des ouvrages entiers à l'étude de ces mouvements, mais ma volonté, en faisant ce bref tour d'horizon, est de faire concorder le contexte de l'époque à celui d'aujourd'hui, car il me semble important de pointer le fait que design radical et design spéculatif émergent tous deux dans des périodes d'accélération technologique et de transformations sociétales sans précédent.

## Situer la pratique spéculative

Si, à l'époque, le design radical mettait au défi la pensée moderniste, le design spéculatif confronte lui aussi la technologie, sous sa forme contemporaine, comme idéologie dominante. Théorisé en 2013 dans leur livre *Speculative Everything* par le duo de designers anglais **Anthony Dunne** et **Fionna Rabby**, le design spéculatif est une pratique qui séduit de plus en plus de praticiens, mais dont les contours restent encore à définir (il suffit de constater le nombre d'appellations différentes dont il fait l'objet : design fiction, anti-design, design futures, design for debate, innovative design...etc). Autant de «micro-mouvements» qui gravitent autour de cette pratique.

Comme le design radical, le design spéculatif est avant tout critique : critique du mode de fabrication des objets, critique du métier de designer, critique de la technologie.... Mais [le point] qui attire le plus mon attention, et qui est, en un sens, la raison d'être de ce mémoire, est la pratique d'exploration des futurs.

Dunne & Rabby illustrent dans un schéma synthétique dans quel cadre de recherche se situe le design spéculatif. Intitulé *PPPP*, ce visuel est une bonne manière d'appréhender ce qui captive les designers spéculatifs. Sous forme de cônes imbriqués les uns dans les autres, il distingue et hiérarchise les différents types de futurs [potentiels]. Le présent est le point de départ, commun à tous les cônes. Le premier cône est celui des futurs probables. C'est la direction la plus vraisemblable que va emprunter le



PPPP. Illustration by Dunne & Raby, Robin Bergman reproduction

futur, et c'est vers cette direction que la majorité des designers orientent leurs recherches.

Le second cône est celui des futurs plausibles. Un peu plus large que le précédent, il est l'espace où les choses *peuvent* se produire, celui dans lequel des scénarios et des alternatives plus extrêmes sont susceptibles de survenir.

Le cône le plus large, celui des futurs possibles, représente l'espace où sont réunis tous les scénarios, même ceux qui semblent irréalisables. C'est l'espace de la culture spéculative littéraire, cinématographique, l'espace de la science-fiction. Faire évoluer un scénario dans cet espace des futurs possibles nécessite d'établir un parcours crédible entre notre monde actuel et le monde décrit [dans ce scénario]; [en tout cas il doit être rendu acceptable pour le spectateur]. Dunne & Raby précisent qu'ils portent très peu d'intérêt aux scénarios évoluant au delà de cet espace des possibles. C'est le lieu où résident les fictions de space-opera, de

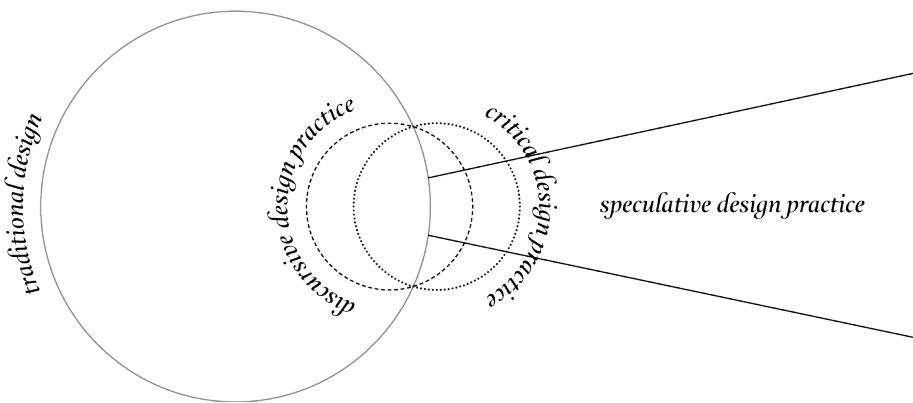
super-héros, de contes de fées.

En revanche, le cône qui délimite le plus précisément la pratique des designers anglais est celui des futurs préférables. Dunne & Rabby s'interrogent sur le sens de préférable : qui décide, et pour qui ? Ils constatent qu'aujourd'hui, l'industrie et les gouvernements sont ceux qui décident de ce qui est préférable pour le futur, mais que les citoyens et les praticiens ont leur rôle à jouer. En imaginant des futurs préférables pour des groupes de gens en particulier (que ça soit une entreprise, une ville, une famille), les designers peuvent jouer un rôle dans l'élaboration d'un avenir plus désirable.

Dunne & Rabby insistent sur leur désintérêt quant aux prédictions technologiques ; basées sur des signaux faibles de notre époque, ces prédictions se révèlent toujours fausses, en plus d'être inutiles. En revanche, ils se sentent beaucoup plus concernés par «l'idée de *futurs possibles*, comme des outils permettant de mieux comprendre le présent».

### Questionner plutôt que de donner des réponses

On aurait tendance à penser que le design spéculatif se cantonne à être seulement une attitude, un manifeste critique, voire même un style de design. Au contraire, il s'agit avant tout d'une approche. [En se penchant sur un exemple précis], on peut discerner plusieurs caractéristiques qui viennent définir la méthodologie spéculative.

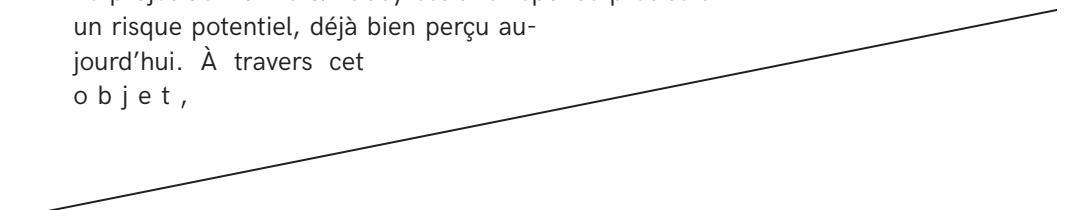


Spymaker est un projet des designers Dunne & Raby, réalisé en 2007 à l'occasion de l'exposition *The Science of ...?*. En partant du principe que les caméras de surveillance ne cesseront de s'accroître au Royaume-Uni d'ici les prochaines années, les designers anglais imaginent une muselière connectée qui, une fois posée sur le chien, lui permettra, grâce à son odorat, de repérer les espaces encore vierges de vidéo-surveillance.

Ce scénario fictif, dans lequel la population tente d'échapper au regard des caméras, est une réponse à la demande des commissaires d'exposition ayant pour but de faire réfléchir et faire débattre de jeunes anglo-saxons sur la question de la surveillance dans l'espace public.

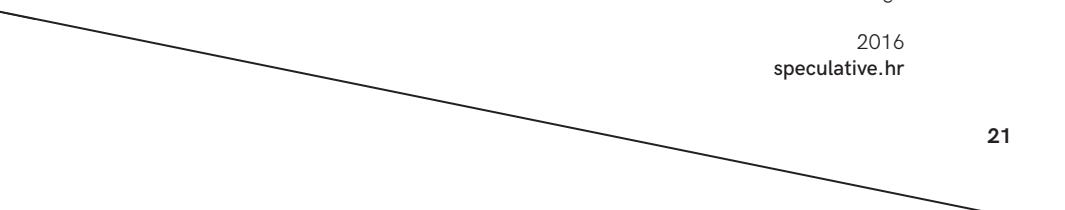
On relève dès lors qu'un projet spéculatif est une proposition. À l'inverse du design traditionnel, dont le but est, dans la définition moderniste, de trouver la solution la plus adaptée à un problème, les projets suivant l'approche spéculative prennent vie de manière moins conventionnelle ; les scénarios prennent le plus souvent la forme d'un questionnement hypothétique : « *et si [X] se produisait ?* », mais peuvent également s'apparenter à des récits de contre-fiction ou de scénarios alternatifs au réel. Le design spéculatif, de par sa nature « fictive », s'écarte aussi de toutes possibilités mercantiles des objets, du moins à des fins utilitaires. Les productions spéculatives sont plutôt réunies dans des expositions où des festivals d'art contemporain.

Le projet de Dunne & Raby est une réponse précise à  
un risque potentiel, déjà bien perçu au-  
jour'd'hui. À travers cet  
o b j e t ,



- *Speculative diagram*,  
schéma situant les  
pratiques spéculatives  
dans le design

2016  
speculative.hr



les designers nous avertissent d'un danger et posent la question : est-ce un futur souhaitable ? À l'inverse du design traditionnel, les objets conçus dans le cadre du design fiction, on l'aura compris, interrogent ; ils ne répondent plus à un problème précis. Ou plutôt, ils répondent à des problèmes qui n'existent pas encore. Ils définissent d'ailleurs de manière assez synthétique cette pensée en confrontant un design classique qui «nous fait acheter» à un design spéculatif qui «nous fait réfléchir».

**« Le design fiction est l'usage délibéré de prototypes diégétiques dans le but de suspendre l'incredulité à l'égard du changement. »**

Bruce Sterling, auteur de Science-Fiction

Le design spéculatif pose des questions plutôt que de donner des réponses. À mesure que les questions technologiques nous concernent et nous inquiètent de plus en plus, c'est peut-être bien le design spéculatif, et non pas la science, qui a les meilleures réponses. C'est une façon de contester les idées étroites, préconçues, et toutes faites sur le rôle des produits dans la vie quotidienne.

L'usage de la fiction est au cœur de la méthodologie spéculative (c'est d'ailleurs pour cela qu'on le désigne parfois par *design fiction*). Tout d'abord, la fiction sert d'outil pour imaginer : les faits sur lesquels se basent les designers spéculatifs sont inventés, mais pas de manière irréaliste dans leur contexte de recherche. Ils peuvent effectivement ne jamais se produire dans le futur ; mais l'important, on l'a vu, c'est qu'ils *pourraient* avoir lieu. L'auteur de science-fiction Bruce Sterling décrit d'ailleurs les objets spéculatifs comme des *prototypes diégétiques*, c'est-à-dire comme des objets qui sont cohérents au sein du scénario dans lequel ils évoluent. En proposant un récit incomplet, les designers spéculatifs laissent au public le soin de terminer l'histoire. La fiction permet aussi de promouvoir de nouvelles formes de technologies ou de comportements.



- *Spymaker*,  
prototype de muselière  
anti-caméra

2007  
Anthony Dunne &  
Fiona Rabby

Elle met en scène des situations dans lesquels les spectateurs peuvent se projeter dans de nouvelles habitudes et réfléchir aux effets positifs ou négatifs d'une technologie telle qu'est proposée.

Enfin, un bon projet de design spéculatif doit susciter le débat. En interrogeant le futur, les designers créent un contexte favorable à la discussion, à l'interrogation, et au débat autour de certaines questions éthiques, politiques, écologiques, sociales.... C'est pourquoi le design spéculatif, par sa nature prospective, ne se contente pas d'une réponse établie, mais d'une réponse possible, à laquelle le public vient faire écho.

Le projet Spymaker m'intéresse tout particulièrement car il met en lumière les différents aspects dont on vient de parler : la création d'un scénario probable permettant de se projeter dans un imaginaire vraisemblable, la volonté de susciter le débat, ici chez des enfants, et la création d'un objet tangible. Ce prototype, unique et non commercialisé, est d'une certaine manière un prétexte à discussion. Il est l'élément physique,

formel, qui active la fiction dans laquelle il évolue. Le concept de »prototype diégétique» résonne tout particulièrement avec ce projet : il s'agit de la mise en oeuvre d'objets qui sont cohérents avec la fiction mise en place par les créateurs (la diégèse). Ces prototypes ne sont pas nécessairement fonctionnels ; ils ne le sont pas dans la plupart des cas, ils servent uniquement de support au débat.

Régine Debatty, écrivaine américaine, curatrice et critique d'art, et fondatrice du blog [we-make-money-not-art.com](http://we-make-money-not-art.com), explique très justement dans un débat<sup>[x]</sup> que les designers spéculatifs, comme les artistes, s'intéressent à la technologie et à la science, mais en utilisant un langage plus explicite ; le design est facilement compréhensible pour le public car il nous plonge dans la vie de tous les jours et dans des contextes reconnaissables. Tout le monde peut comprendre de quoi il s'agit car c'est un langage plus proche des gens, plus familier.

Ce propos m'intéresse tout particulièrement car il légitime en quelque sorte la pratique du design spéculatif. Le choix du design pour parler du futur n'est pas arbitraire : c'est un format qui fait sens d'une manière singulière, qui est compris et assimilé par le public différemment d'une oeuvre d'art. Mais il ne faut pas pour autant comprendre que les projets de design spéculatif se limitent à la création d'objets. Le design aujourd'hui est relié à tant de domaines (le design d'interfaces, le design de service, le *design thinking*, le design d'expérience, de service... etc) que les projets abordés dans ce mémoire ne relèvent pas seulement du «design d'objet» mais aussi de la mul-

**« Les prototypes tangibles et les mises en scène du design fiction permettent d'apporter un degré de réalité à la spéulation, là où l'industrie ne présente souvent que des visions prométhéennes servant des intérêts économiques, des scénarios stupides ou des prototypes décontextualisés. »**

Loup Renaud, journaliste à Strabic

tiplicité de ces pratiques. Le design fait office de lien: les projets sont conçus autour d'une réflexion liée aux usages, aux gestes et aux comportements humains.

## Le spéculatif à la rescouasse

Le design radical des années 1960 et 1970 est une inspiration évidente pour Dunne & Rabby ; ils se demandent comment l'esprit de l'époque, critique et provocant, peut être réintroduit dans la pratique contemporaine. Ils s'interrogent cependant sur ce qui fait la rareté de ces mouvements critiques et radicaux. Pourquoi sont-ils si peu nombreux en design ? Ils distinguent dans le cours de l'histoire des modifications majeures qui ont limité la pratique spéculative, la rendant plus compliquée et moins probable.

D'abord, le design s'est hyper-commercialisé durant les années 1980. Le modèle capitaliste néo-libéral triomphe à l'époque, et intègre bien entendu le design dans sa logique financière. Toute alternative qui ne se soumettrait pas à ce schéma économique est perçue comme instable, inintéressante et est inévitablement évacuée du système.

Le contexte géo-politique du début des années 1990 confirme la tendance en donnant le capitalisme grand vainqueur : la destruction du mur de Berlin, la fin de la guerre froide et la chute de l'URSS signent la mort des modèles alternatifs. Le système capitaliste s'étend progressivement au monde entier comme modèle de pensée unique. Il s'agit de la culture «unidimensionnelle», oppressive et barbare que décrit Herbert Marcuse. Tout ce qui rentre en désaccord avec ce modèle est marginalisé, devient «irréel». La société ne laisse plus exister ce qui ne s'adapte pas à son fonctionnement.

Dunne & Rabby décrivent une société qui s'est «atomisée». Le monde est devenu extraordinairement complexe, et la société beaucoup plus individualiste. D'une «még-utopie rêvée par une élite», nous sommes passés à des millions de minuscules utopies rêvées par autant d'individus.

Pour toute une génération, les rêves se sont alors transformés en espoirs. [L'époque utopiste est révolue.] Le «grand rêve social moderniste» s'évapore avec la prise de conscience écologique et le cruel rappel à l'ordre de la planète : nos ressources sont limitées, la température augmente, l'éco-système est en danger. Nous ne rêvons plus, nous espérons seu-

lement survivre à ces modifications profondes de notre environnement, espérant qu'il y aura assez d'eau et de nourriture pour chacun, que l'air et l'eau ne seront pas trop pollués.

Mais les designers anglais terminent tout de même sur une note plus optimiste. Le crash financier de 2008 a aussi montré les limites du système capitaliste, et de nouvelles alternatives émergent notamment de sursauts citoyens. La population a un désir de plus en plus fort de reprendre la main sur [le monde], à travers de nouvelles formes de gouvernance et de production (systèmes des communs par exemple), de système économique (bitcoin et blockchain)...

[Alors comment construire de nouveaux futurs à notre époque ?]

**Il est impossible de poursuivre la méthodologie employée par les designers visionnaires des années 1960 et 1970. Nous vivons aujourd'hui dans un monde très différent, mais nous pouvons raviver l'esprit de cette époque et développer de nouvelles méthodes adaptées au monde contemporain, pour rêver à nouveau.**

Anthony Dunne & Fiona Raby



FREE TIME NODE  
TRAILER CAGE  
RON HERRON-ARCHIGRAM  
JUNE 1967 ROMANOW

## 2. UNE CERTAINE VISION DE L'AVENIR





**« Quand j'étais enfant, il y a trente ans, le futur était très lointain – de même que le nouveau millénaire. Des dates telles que 1984 et 2001 paraissaient vraiment distantes. Mais ce qui est curieux, c'est que depuis tout ce temps, le futur auquel les gens pensent n'a pas changé de millénaire. C'est comme si l'avenir s'était rabougrí, année après année, pendant toute ma vie.**

Danny Hillis, fondateur de la Long Now Foundation

## Des imaginaires suspendus

[On l'a vu], les utopies modernes se sont principalement construites autour des innovations sociales : le progrès et la technologie, pour libérer l'individu, devaient modifier leur orientation et leurs objectifs dans l'objectif de renverser les codes établis et de reconstruire le système; le rêve d'une société libérée du labeur et de l'exploitation par une technologie émancipatrice était le fondement de la pensée contestataire des années 1960. Aujourd'hui il semblerait que cet idéal se soit évaporé et qu'un autre genre d'utopie commence à voir le jour, dont la croyance essentielle se cristallise autour des innovations technologiques ; de nouveaux imaginaires se manifestent. Avant de s'intéresser aux acteurs principaux de la création du monde de demain, il convient de revenir rapidement sur ce que sont justement «les imaginaires».

On désigne communément d'imaginaire tout ce qui existe dans l'imagination, c'est à dire la production de représentations par l'esprit. L'imagination n'est pas limité à la reproduction d'images mentales déjà existante

(le fait de se représenter l'image d'un objet par exemple). Elle possède également une puissance de création sans limite, par la combinaison des idées ou l'anticipation des événements.

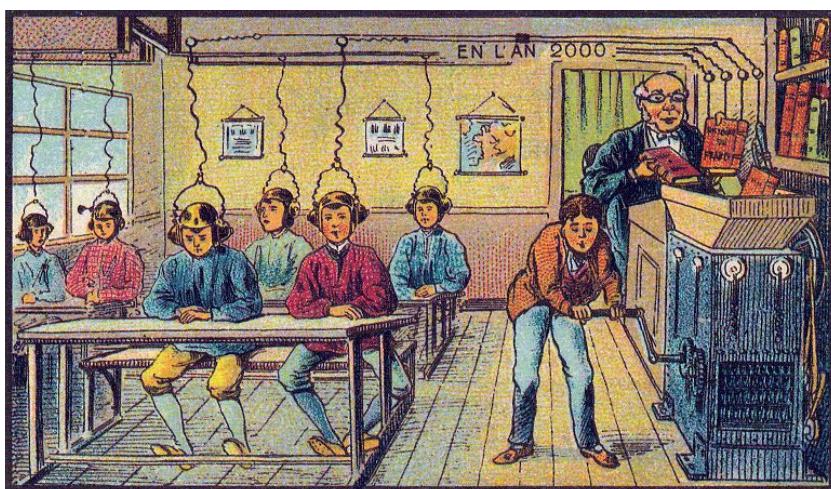
**Gaston Bachelard**, philosophe et épistémologue français, parle de l'imagination comme d'une «fonction de l'irréel», c'est à dire comme outil de création libre, puissant, utile et positif. L'imagination permet de penser ce qui n'est pas encore advenu, ce qui est à venir et ce qui est possible. Les imaginaires, au pluriel, seraient alors une synthèse de ces représentations, comme une collection d'images formant un tableau synthétique d'une idée, d'un évènement ou d'une chose.

Les imaginaires *du futur* constitueraient ce grand ensemble d'images ayant pour même dynamique les visions prospectives et les représentations d'un temps à venir, ainsi que les discours, les figurations et les mythes qui entourent les objets technologiques, façonnant un univers riche et complexe qu'il s'agit de décrypter. Ces imaginaires relèvent du collectif, au sens où les individus, de manière unanime, forment une image mentale plus ou moins similaire d'une même idée. On comprend dès lors qu'il y a une distinction entre l'imaginaire collectif et l'imaginaire personnel. C'est pourquoi, quand je parlerai d'imaginaires du futur, il faudra bien comprendre les imaginaires collectifs du futur, au sens d'une culture populaire majoritairement admise par un ensemble d'individus.

- *L'an 2000*,  
illustrations de l'an  
2000 en 1900

1900  
Jean-Marc Côté

Si les designers spéculatifs questionnent dans leur



travail les discours et les images du futur, il s'agit dans un premier temps de définir de quelles images nous parlons. Construire de nouveaux imaginaires implique l'existence d'imaginaires déjà en place, qui prédominent sur la représentation collective du futur. De quoi ces imaginaires sont-ils fait, et sur quelles bases sont-ils élaboré ?

Nicolas Nova, ethnologue, commissaire d'exposition et enseignant à la Haute École d'art et de design à Genève, donne une première piste de réponse dans son livre *Futurs : la panne des imaginaires*. Selon lui, ces «images du futur» ont été en grande partie conçues dans les années 1960 par la vague importante de littérature science-fiction, qui se développe fortement aux Etats-Unis, avec des auteurs comme Phillip K.Dick, Isaac Asimov ou Ray Bradbury. Ces récits forgent le socle commun d'une représentation du futur, décrivant des voitures volantes, des vaisseaux spatiaux, des machines toute puissantes prenant le contrôle sur l'Homme, des humains augmentés pouvant augmenter leur capacités physiques et cognitives grâce aux nano-puces dans le corps, évoluant aux seins de fictions futuristes le plus souvent dystopiques ou post-apocalyptiques. Ces futurs, ou ces rétro-futurs pourrait-t-on dire, (en tant que visions passées d'un futur qui ne s'est jamais produit) semblent, d'après Nova, toujours «insister» à notre époque. En effet, ces scénarios sont encore largement exploités au cinéma, dans les publicités ou des les projets urbains.

[...] la science-fiction a perdu son influence comme force d'inspiration sur le « futur », et plus particulièrement pour inspirer la création technologique et ses imaginaires. Il suffit de regarder les représentations du futur que l'on nous sert régulièrement dans les médias grand public ou dans les publicités pour des objets technologiques. Les inévitables gratte-ciel qui accompagnent les affiches des fabricants automobiles, le pseudo-monorail présent-

**té sur les plaquettes du projet du Grand Paris, le retour sans fin des lunettes et casques de réalité virtuelle, les robots humanoïdes dont on nous vante l'arrivée prochaine, en constituent de bons exemples. Ils montrent au mieux une perpétuation des mythes, au pire, une panne des imaginaires.**

Nicolas Nova, La panne des imaginaires

Nova explique que les objets de la culture science-fiction sont devenus si prégnants dans l'imaginaire collectif qu'ils se sont «transformés en objectifs à atteindre pour nombres de sociétés technologiques actuelles» et que rendre tangible ces objets fictifs (casque de réalité virtuelle, robots humanoïdes, développement d'intelligence artificielle...) «semble être un des moteurs de processus de recherche et développement actuels». Cette panne des imaginaires serait également le symptôme d'un ressassement incessant de clichés et d'illustrations récurrentes autour du futur, rendant difficile notre capacité à se représenter d'autres images que celles-ci. Ces images étouffent tellement notre imagination que nous semblons perdre notre capacité à produire des représentations alternatives.

Nicolas Nova émet deux hypothèses intéressantes quant à cette panne des imaginaires. La première serait que la science-fiction s'est faite «distancier par le réel». Nova avance que les nouvelles technologies numériques contemporaines – réseaux, appareils mobiles, capteurs, robots en particulier – et leurs usages, «mènent à des comportements singuliers tout aussi curieux que les situations vécues par les protagonistes de romans de Philip K. Dick, de Ray Bradbury ou d'Isaac Asimov».

La seconde hypothèse rejoint l'idée que la création d'imaginaires du futur n'a plus seulement l'exclusivité des écrivains de science-fiction, mais qu'elle est également celle des artistes, designers et architectes (hypothèse qui se confirme avec l'émergence des pratiques spéculatives).

Bruce Sterling, auteur de science-fiction que l'on a évoqué plus tôt, a d'ailleurs inventé un terme pour désigner le sentiment d'un futur qui se serait dilué dans le présent; l'atemporalité. Ce présent atemporel serait une sensation inhérente à notre époque.

Sterling décrit cette étrange impression par «l'imbrication du passé et de l'avenir» dans une sorte de présent profondément influencé par les technologies de l'information et de la communication. L'usage régulier du Web, des réseaux sociaux, de l'Internet mobile, de l'email, en permettant un accès en quasi temps-réel à une masse d'information considérable comprime selon lui notre horizon temporel. Ce qui annihile du coup tout élargissement du spectre temporel, en particulier vers l'avenir.

Je distingue, pour ma part, un problème qui soulève des interrogations plus grandes encore. Il semblerait que nous soyons nourris d'imaginaires du futurs concoctés par des entreprises aux pouvoirs toujours plus grands : Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft. Ces géants du milieu technologique, tous implantés dans la région Californienne de la Silicon Valley, jouissent d'une visibilité accrue, d'une toute puissance financière et font l'objet d'un véritable culte. L'observation de leurs stratégies commerciales appuient le fait que ces entreprises déploient des procédés démesurés pour mettre en scène le monde de demain.

### ***Le futur made in Silicon Valley***

Les pionniers de l'eldorado californien se sont désormais imposés dans le monde. Ils dominent les milieux technologiques et s'infiltrent dans tous les domaines de la vie. Extrêmement puissants financièrement, ils ont même désormais un pouvoir au niveau politique. La Silicon Valley incarne un modèle de réussite partout célébré dans le monde occidental. Ses entreprises possèdent un pouvoir incroyable pour remodeler notre façon de penser, de voir et d'envisager le monde ; Google remanie notre façon de chercher, de nous orienter, de communiquer ; Amazon notre manière de consommer ; Uber notre façon de travailler ; Facebook notre rapport à la l'information et à la sociabilité ; Netflix accapare notre attention.

Ma volonté ici n'est pas d'accuser de façon injustifiée la Silicon Valley comme le «grand méchant loup» de la technologie: cela serait trop réducteur. Si je choisis de parler de la Silicon Valley, c'est parce qu'elle constitue le symbole suprême du modèle occidental américanisé; c'est

**Nous sommes conditionnés à voir le moment présent comme « normal », avec toute la banalité que ce terme signifie. Or tout cela n'est pas banal. Nous sommes dans une sorte de moment chaotique et intense, plein de choses étranges, que nous ne pouvions rencontrer auparavant que dans la science-fiction. Ce « maintenant » donne l'impression d'encapsuler toute la science-fiction qui arriverait d'un coup. Il faut donc apprendre à reconsidérer le contexte dans lequel on vit, alors que l'on nous a promis un monde de miracles et d'émerveillement. Cette culture technique nous a entraîné à ne plus porter attention à tout cela.**

Warren Ellis

un endroit où la grande promesse du capitalisme demeure encore. C'est aussi parce qu'elle a acquisé un gigantesque pouvoir politique et financier qui, il semblerait, lui permet de tracer le futur que bon lui semble. Il me semble nécessaire d'observer de quelles manières elles mettent en scène le monde de demain.

Le futur s'incarne aujourd'hui sous de multiples formes technologiques (caméras, capteurs, casques réalité virtuelle, algorithmes...) mais nous semble étrangement désincarné. Le futur est partout, et pourtant il nous semble insaisissable. Les marques s'en emparent, et s'il a toujours été exploité comme argument de vente, on le retrouve aujourd'hui jusque dans leur slogan : pour Samsung «Next is Now», Siemens et «Le futur s'installe chez vous», Windows «The future starts now», même les marques de dentifrices s'y mettent... Le futur a une puissance d'évocation très forte et les marques s'en servent «pour vendre le présent - et c'est

- Capture d'écran  
d'une publicité T.V.

2013  
Colgate



le présent qui est devenu minable», explique l'auteur de science-fiction Alain Damasio<sup>[x]</sup>.

En réalité, le futur a subit de grandes mutations depuis l'époque d'Asimov : l'heure est aujourd'hui aux Big Data, aux intelligences artificielles et aux voitures autonomes; à la recherche constante de perfection et d'optimisation de tous les recoins de la vie. Dans un dossier habilement intitulé *Pourquoi le futur a un goût de javel*, Blaise Mao, rédacteur en chef d'*Usbek & Rica* (le magazine qui explore le futur), décrit comment la mutation technologique que subit le monde affecte le futur et les imaginaires qui en découlent. Il s'interroge notamment sur les responsables de cette aseptisation de la société occidentale.

La Silicon Valley et la «start-up mania» joue pour beaucoup dans la transformation de nos imaginaires et soulève de nombreuses inquiétudes quant à ses véritables intentions. A la quête d'un futur prédictible et sans failles, Blaise Mao expose les caractéristiques de ce «nouveau futurisme», rêvant d'une société sous le signe des nouvelles technologies. Il dresse un tableau du futur «made in Silicon Valley» qui permet de mieux saisir les intentions des géants américains, qui ressemble fort à l'univers du *Meilleur des mondes* d'Aldous Huxley. Le confort et la sécurité sont les premiers ingrédients de cette version aseptisé du futur. Sous prétexte de protéger les citoyens, les entreprises de la Silicon Valley risquent de nous

enfermer dans un «techno-cocon» bien trop propre, au risque de lisser nos parcours de vie et mettre en danger notre libre arbitre.

Nos données personnelles sont véritablement le pétrole des géants californiens. La récolte et l'analyse de ces données permettent une surveillance généralisée qui peut déboucher sur un contrôle imperceptible sur nos choix de vie, mettant à mal notre capacité de décision. Cette transparence des moindres recoins de nos vie vient ajouter sa pierre au portrait de cet avenir hygiénique. À cela vient s'ajouter l'abolition du hasard, qui se traduit par une perte du mystère et de l'émerveillement qu'engendre les moteurs de recherches associés aux smartphones; en une recherche Google, nous avons la réponse à toutes nos questions, sans prendre le temps d'y réfléchir par nous-même. «Puisqu'il existe une application pour tout, alors le monde finit par perdre de son mystère, de cette part de hasard qui fait tout son sel» ajoute l'auteur. Enfin, l'injonc-

**« La pollution? La faim? Le climat qui s'échauffe? L'eau qui manque? L'énergie qui s'épuise? L'économie qui flanche? L'éducation pour tous? Plus besoin, ni de solidarité sociale ni de décisions politiques: tout sera résolu demain, [...], par ces « technologies de l'exponentiel » et leur immense potentiel de « disruption ». »**

**Autrement dit: par la capacité des robots, des nanotechnologies, des neurosciences, de la bioinformatique, des Big data, de l'intelligence artificielle, des plateformes digitales et des voitures sans chauffeurs à « ubériser » nos sociétés de fonctionnaires cacochymes pour y mettre à la place la pure et magnifique loi de la e-jungle et sa kyrielle de startups. »**

Aryel Kyrou

tion au bonheur et à la performance individuelle viennent compléter le tableau. Présentés comme «les conditions d'une existence réussie», ils se traduisent par la pratique du *quantified self*, c'est à dire la mesure ses données personnelles dans l'objectif d'une amélioration constante de son état physique. «De la transparence, de la surveillance, de la performance, le tout noyé dans une couche de ludisme, et vous obtenez la recette savoureuse de la santé connectée du futur» achève Blaise Mao. Cette description, à peine exagérée, constitue une première piste de ce à quoi pourrait ressembler le futur espéré par la Silicon Valley.

«[...] la technologie, ce n'est ni évident, ni rapide, ni magique. Il faut cesser de croire au pouvoir des beaux objets de design blancs et lisses. La technologie, c'est l'échec, l'erreur, l'itération»

## Le solutionnisme technologique

Laurence Allard, Sociologue

Le «solutionnisme technologique» est un concept établi par l'écrivain **Evgeny Morozov**, chercheur et écrivain américain, spécialisé dans les questions politiques et sociales du progrès technologique. Il décrit le solutionnisme comme la pathologie des entreprises de la Silicon Valley à manifester une «foi totale dans la capacité de la technologie à offrir une solution à tous les problèmes, qu'ils soient triviaux, sociaux ou métaphysiques». Dans son livre *Pour tout résoudre, cliquez ici*, sorti en 2014, il analyse la manière dont la Silicon Valley échoue à imaginer un monde sans Internet, pilier de la pensée solutionniste. En déconstruisant la façon dont sont conçus les produits de ces entreprises, Morozov met à jour les nombreux problèmes qui apparaissent dans l'usage réel de ces objets et les dangers qu'ils représentent. L'écrivain Neil Postman, dans un texte intitulé «5 choses à savoir sur la technologie», nous le rappelait déjà en 1998: chaque évolution technologique est en fait un compromis. Pour chaque avantage qu'une technologie apporte, il y a un inconvénient [qui va avec]. De même, Alain Damasio, écrivain de science-fiction, met en garde notre toute croyance en la technologie. Très simplement, il évoque un concept de *pouvoir contre puissance*. Un GPS, par exemple, nous donne le pouvoir de nous repérer, mais nous fait perdre notre puissance d'orientation.

Quand Morozov donne l'exemple d'une cuisine connectée bardée de capteurs et d'applications de réalité augmentée, il indique que si cela semble

augmenté technologiquement, cela semble aussi diminué intellectuellement. Il nous revient d'évaluer la part de bénéfices et de préjudices que toutes technologies provoquent; et de savoir si elles valent la peine d'être employées.

Deux choses en particulier m'intéresse dans le discours de Morozov. Premièrement, le solutionnisme résume à merveille l'incapacité de la Silicon Valley à produire un système de pensée qui s'écarte du modèle de l'innovation. Dans cette attitude «techno-utopique», la Silicon Valley élaborent des produits et des imaginaires du futur uniquement basé autour du concept de nouvelles technologies. Il pointe l'étroitesse d'esprit des géants technologiques dans leur manière d'appréhender le monde et de

**« La technologie n'est pas neutre. Nous sommes à l'intérieur de ce que nous fabriquons, et réciproquement, c'est à l'intérieur de nous. Nous vivons dans un monde de connexions - et ce qui se fait ou défait a de l'importance. »**

Donna Haraway pour WIRED, 1997

confronter les difficultés de la société. Répondre à tous les problèmes sociaux, économiques ou écologiques avec les technologies numériques créent en réalité bien d'autres problèmes. Le cas d'Uber est un exemple notable des dérives du solutionnisme. Ariel Kyrou, auteur et écrivain de science-fiction, parle d'ailleurs de l'idéologie d'Uber comme d'un populisme high-tech<sup>[x]</sup>.

Deuxièmement, Morozov ne se place pas en ennemi de la machine. Il énonce clairement la volonté et la nécessite d'engager une résistance face à ce mode de pensée, sans pour autant voir en la technologie un adversaire. Au contraire, rejeter le solutionnisme, dit-il, «c'est surtout dépasser la mentalité étroite d'esprit qui rejette tout manque d'efficacité et de productivité.»

**« Pour commencer, on installera quelques caméras dans nos cuisines pour recevoir des conseils et des recettes, puis les entreprises alimentaires et technologiques nous diront qu'ils aimeraient que nous gardions les caméras pour améliorer leurs services, et, au final, on se rendra compte que toutes nos données liées à la nourriture sont stockées sur un serveur en Californie; pendant que les compagnies d'assurances analyseront combien de graisses saturées nous consommons et adaptant nos contrats d'assurance en conséquences. Faire la cuisine encouragé par les technologies smart [pourrait devenir comme un Cheval de Troie], ouvrant la voie à des projets bien plus sinistres encore. »**

[Evgeny Morozov, Pour tout résoudre, cliquez ici!](#)

On aura compris, d'un point de vue théorique, comment semble fonctionner le modèle «siliconien». Mais comment cela se traduit en terme de design, du point de vue des objets eux-mêmes ? D'abord, on observe que les logiciels, les systèmes d'exploitations, les dispositifs, les objets que la Silicon Valley produit ne sont pas neutres. Ils sont designés de manière à être orienté vers tous les mécanismes évoqués plus hauts : surveillance, contrôle, injonction au bonheur, abolition du hasard... Ces entreprises produisent des dispositifs fermés, des boîtes noires gouvernées par les algorithmes. Mais ces algorithmes sont conçus par ces sociétés dans des buts précis. Mark Zuckerberg, Steve Jobs, ou Elon Musk peuvent parler de connecter le monde, d'enrichir notre vie personnelle, de créer de nouvelles expériences sociales, mais leurs produits tendent à faire l'inverse.

Google a récemment mis au point un algorithme qui détecte les problèmes sur une photographie (faible exposition, mise au point ratée... etc) au moment où celle ci est prise avec un smartphone. L'algorithme corrige instantanément la photo, pour la rendre «meilleure». Mais que veut dire meilleure, pour Google ? En abolissant l'erreur, Google rêve que

ses utilisateurs ne produisent plus que des images parfaites; selon leurs critères. Derrière ce côté gadget se cache là une forme de design qui tend à uniformiser toutes les prises de vues. On peut s'attendre à ce que les images, à terme, finissent toutes par se ressembler. C'est un exemple qui, sous un aspect insignifiant, expose les mécanismes de standardisation à l'oeuvre dans le design même des objets.

<b>Dieter Rams</b>	Good design is <del>innovative disruptive</del>	Good design is <del>honest agreeing to the terms &amp; conditions</del>
<b>Ten principles for good design</b>	Good design makes a product <del>useful addicting</del>	Good design is <del>long-lasting temporary</del>
<b>2017 Tech Industry Edition</b>	Good design is <del>aesthetic A/B testing</del>	Good design is <del>thorough, down to the last detail</del> a prototype
	Good design makes a product <del>understandable collect data</del>	Good design is a <del>chatbot? environmentally friendly</del>
	Good design is <del>unobtrusive notifications</del>	Good design is <del>as little design as possible</del> pleasing your shareholders

## The internet of shit

Nous ne sommes plus seulement dans l'ère d'Internet; nous entrons doucement dans celle des objets connectés. Et connecté aujourd'hui semble vouloir dire smart, aux yeux des start-up et des gourous technophiles.

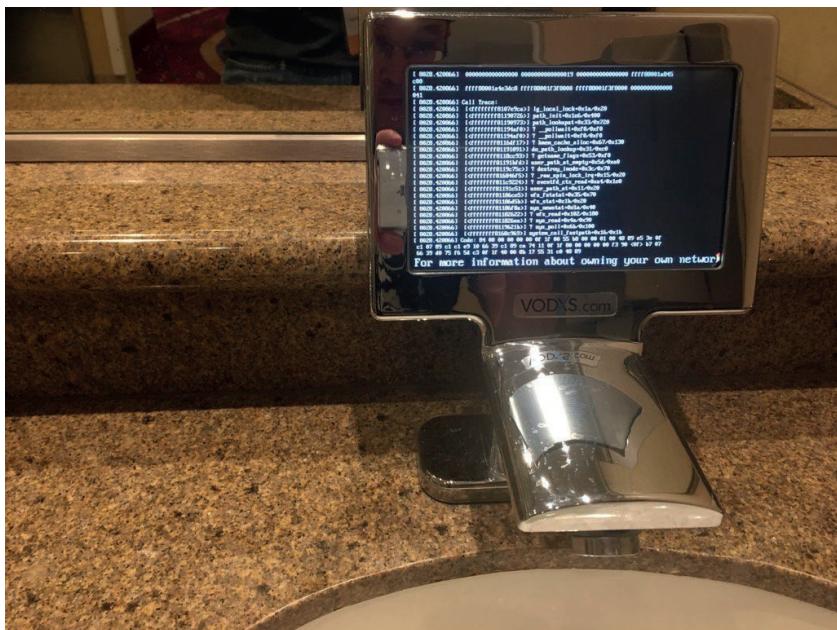
Le smartphone est sans doute l'exemple le plus réussi de smart device : rendu célèbre par l'iPhone de Steve Jobs, le smartphone est le premier appareil intelligent accessible au grand public (depuis plus d'une décennie déjà). Le smartphone est un objet très bien conçu : il centralise plusieurs fonc-

- Les 10 principes de bon design (2017 Tech Industry Edition), Dieter Rams revisité à la sauce Silicon Valley

2016  
Tobias Van Schneider

tions en un seul objet portable (téléphonie, internet, lecteur de musique, lecteur vidéo, GPS...etc). Il prend tout son sens avec le déploiement généralisé de la WiFi dans l'espace privé et public et de la 3G/4G, qui permettent un état de connexion permanent partout, tout le temps. Le téléphone mobile s'étant déjà imposé dans le quotidien, le smartphone a pu naturellement remplacer une version plus archaïque de ce qu'il est. C'est en quelque sorte la suite logique, l'évolution du téléphone mobile.

On voit bien, dans le cas du téléphone, que rendre smart un objet peut se révéler fructueux, créer un véritable objet innovant tant pour son usage, et son apparence, que pour son interface. Mais dans le cas d'une brosse à dent par exemple, quel est l'intérêt d'être smart ? Récolter des données dentaires, des comparatifs de nettoyage, des statistiques sur le temps de brossage ; voilà ce que pourrait faire une smart brosse à dent.



**Ci-dessus** - Robinet connecté en plein bug

**À droite** - *PeeWin*, Urinoirs connectés pour rendre ludique le passage aux toilettes

2016  
PeeWin Cie.

Cette récolte de données induit d'une part une réduction de la puissance de l'utilisateur : ce n'est plus à lui de sentir et maîtriser l'objet en question, l'objet est «auto-conscient» de ses actions : il les mesure. D'autre part, l'objet va induire une modification du comportement de l'utilisateur, au sens où il se sentira «redevable» à l'objet si celui ci lui indique de mauvaises statistiques, ou, pour reprendre le cas de la brosse à dent connectée, si il oublie de se brosser les dents avant d'aller se coucher.

La mesure et la captation de nos gestes quotidiens induit une forme de

***« It was just a dumb thing. Then we put a chip in it. Now it's a smart thing .»***

Collectif We Put A Chip In It

surveillance, et par la même une forme de contrôle. Dans un cas aussi bête qu'une smart brosse à dent, l'utilisateur en viendra à se sentir coupable d'avoir raté un brossage, amenuisant ses statistiques, réduisant son taux d'efficacité...etc. Bien que risible, si cet exemple était amené à être utilisé par le plus grand nombre, et étendu à d'autres champs (hygiène, bonne conduite, relations sociales, divertissement), on peut aisément deviner le potentiel dangereux d'une telle forme de design. Un soft control consenti entre l'usager et le produit. Les usages décrétés comme normaux seraient d'office adoptés par l'utilisateur, amenant une nouvelle forme de pression sociale et de normalisation de l'existence.

## Smart design

Une manie récurrente de ces entreprises technologiques est de vouloir rendre tous les dispositifs qui nous entourent «smart». Il convient, il me



semble, d'interroger l'usage de ce terme. La formule 'Put a chip in it' décrit bien l'absurdité du concept : insérer une puce électronique afin de connecter l'objet semble suffire à certains designers pour considérer l'objet comme intelligent. Évidemment, le terme intelligent évoque à lui seul l'intelligence artificielle, dont sont dotés aujourd'hui certains assistants de vie (Siri, Amazon Echo ou Google Home par exemple). L'intelligence de ces objets repose donc sur la qualité des algorithmes mis en œuvre par les concepteurs, mais aussi sur la qualité des données que l'objet reçoit ; plus elles sont précises, mieux l'algorithme fonctionnera. On devine ici le problème que cette surveillance déguisée impose : une acceptation sans limite dans l'intrusion de nos vies privées.

Le terme smart appliquée aux objets évoquerait donc à la fois la capacité d'adaptation de celui ci dans son milieu, mais aussi la passivité de l'utilisateur dans son rapport à l'objet. Un objet intelligent voudrait t-il dire un utilisateur idiot ? Ces objets connectés partent du principe que notre raison humaine est défaillante. Nous serions « le défaut ultime », et la technique serait la solution. Le *smart device* reléguerait l'humain à l'arrière-plan, mettant en avant des technologies supposées intelligentes pour nous faire gagner des micro-secondes de temps, et ainsi mieux anticiper nos envies. La prédiction de nos modes de vie, voilà ce dont rêve



- *Google Home*  
L'enceinte connectée  
assistant de vie de  
Google

2016  
Google

la Silicon Valley. À quel point seront-nous un jour prédictibles ?

Ces objets connectés provoquent aussi parfois des situations absurdes : personne retrouvée enfermée chez elle car la smart serrure n'est pas mise à jour,

autocuiseur connecté qui s'arrête en cas de SMS reçu, assistant de vie qui commande seul des objets sur le net en écoutant la radio...etc. Des situations qui nous feraient presque croire que nous sommes dans un film de Chaplin ou de Jacques Tati.

On peut espérer que ce ne soit qu'un effet de mode ; en réalité, la plupart de ces produits n'intéressent pas le public et finissent aux oubliettes, dans la *valley of death*, comme le disent les californiens. L'exemple le plus flagrant est celui des *Google Glass*, qui n'ont séduit qu'un public technophile, effrayant (à juste titre) le grand public. Mais ceux qui réussissent à atteindre constamment les individus et les foyers sont les plus dangereux, car ce sont ceux qui sont susceptible de récolter le plus données sur nous : téléphones, montres et assistants de vie.

La monétisation de cette connaissance est déjà à l'œuvre aujourd'hui. Les data brokers (les traders de la donnée personnelle) s'échangent et spéculent sur les datas que le public disséminent partout sur le web. La numérisation systématique des données transforme notre regard sur le monde : tout peut devenir statistiques, classement, comparaisons, courbes, histogrammes. En calculant même le plus petit aspect de nos vies, c'est notre façon de penser et de nous comporter qui évolue ; toujours dans un sens, celui souhaité par les détenteurs de ces données : Facebook, Twitter, Google...

Les entrepreneurs californiens, sous couvert de l'aspect novateur et disruptif de la technologie, pèsent fortement sur les décisions politiques liées au numérique. Grâce, notamment, à un fort lobbying au près des institutions européennes (près de 13 millions d'euros sont dépensés chaque année par Google, Microsoft, Facebook, Apple, Amazon, Twitter et Uber). Cela laisse champ libre à ces corporations pour dicter leurs propres règles en matière d'intelligence artificielle, de protection des données personnelles, de fiscalité, de réglementations VTC...etc

Pour résumer, l'utopie siliconienne serait donc un monde prédictif, calculable et aseptisé, où la technologie répondrait à tous nos besoins sans le moindre effort, où chaque parcelle de vie serait monétisée. Dans ce monde débarrassé de toutes impuretés, propre et lisse, à l'image de leurs produits, comment remettre « l'humain, le bug et la poésie au cœur du système ? », comme le formule l'écrivain de science-fiction Aryel Kirou.



Bilal Farooqui @bilalfarooqui · 4h

Our D.C. office building got a security **robot**. It **drowned** itself.

We were promised flying cars, instead we got suicidal robots.





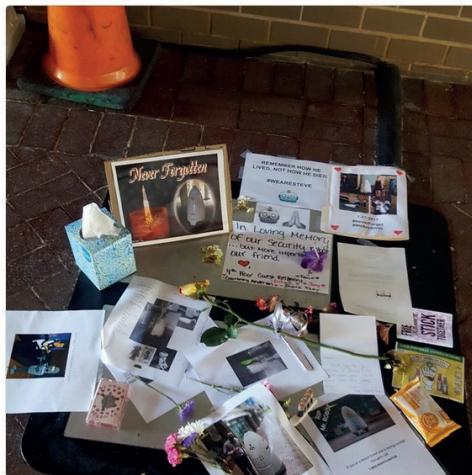
**Oliver Griswold**  
@originalgriz

Suivre



This is the memorial for Steve the drowned security robot outside our office on his charging pad. The future is weird.

À l'origine en anglais



15:16 - 19 juil. 2017