



Fiction du réel, réel du fictionnel : quand le design critique

Justine Peneau

► To cite this version:

Justine Peneau. Fiction du réel, réel du fictionnel : quand le design critique. Art et histoire de l'art. 2015. <dumas-01212518>

HAL Id: dumas-01212518

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01212518>

Submitted on 6 Oct 2015

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

PENEAU JUSTINE

FICTION DU REEL

REEL DU FICTIONNEL

QUAND LE DESIGN
CRITIQUE

Mémoire dirigé par Pierre-Damien HUYGHE

MASTER RECHERCHE DESIGN MEDIAS TECHNOLOGIES SPECIALITE DESIGN ET ENVIRONNEMENTS
UNIVERSITE DE PARIS I PANTHEON-SORBONNE UFR 04 ARTS PLASTIQUE ET SCIENCES DE L'ART
2014-2015

RESUME

Nous nous intéressons dans ce mémoire au rôle de la **fiction** dans le **design critique**. Nous faisons l'hypothèse que, la fiction telle qu'elle est employée par le design critique, ne permet pas à ce type de design d'atteindre son but, à savoir de faire émerger du débat chez son audience. Nous replaçons le design critique dans son contexte, pour essayer de comprendre les raisons de l'apparition de cette pratique. Nous nous intéressons à la distinction entre **vrai** et **faux**, réel et irréel pour commencer à comprendre ce à quoi tient la fiction, et constater que la fiction ce n'est pas du faux.

Ce que cherche ce design par la fiction, c'est d'atteindre la **vraisemblance**, dont nous donnerons la définition par l'étude de la *Poétique* d'Aristote. Nous poursuivons avec un questionnement quant à l'utilisation par le design critique de ce que Freud a nommé : **l'inquiétante-étrangeté**, nous nous demandons si ce type de design doit rechercher l'inquiétante-étrangeté, ou s'il a plutôt affaire avec autre chose. Nous nous demandons ensuite si le design critique tient du **mythe**, défini par Roland Barthes, auquel nous associerons la notion de **storytelling**, questionner son retour parallèle au design critique, et donc son emploi dans celui-ci. Nous finirons enfin par introduire le concept de **distanciation** de Brecht, ainsi que d'**historicisation** pour amener l'idée que nous défendons au nom d'une meilleure efficacité du but du design critique contre une trop forte volonté de fiction et de brouillage.

MOTS-CLES

**Fiction / Design critique / Vrai / Faux / Vraisemblance /
Inquiétante-étrangeté / Mythe / Storytelling /
Distanciation / Historicisation**

SOMMAIRE__

INTRODUCTION __6

I L'ALTERITE DANS LA STANDARDISATION Comment le design est-il devenu critique ? __9

II PRODUIRE DES ETATS DE CONSCIENCES

SE CONDUIRE OU SE COMPORTER __12

S'ABSTRAIRE DES CONTRAINTES ECONOMIQUES ET DES CONVENTIONS CULTURELLES __15

III UN ENTRE-DEUX

LES FAITS ET LA FICTION __18

REEL IRREL / FICTION / VRAI FAUX __20

IV LE VRAISSEMBLABLE

DE QUOI DEPEND LA FICTION ? __21

LE FAMILIER et LE NON-FAMILIER __22

V L'INDICERNABILITE

LA NATURALISATION ET L'EVIDENCE __29

LA PASSERELLE NARRATIVE __31

VI LA DISTANCIATION

DE LA CATHARSIS __37

POUR HISTORICISER __39

CONCLUSION __41

UN CAS A DISTANCIER __43

BIBLIOGRAPHIE __49

WEBOGRAPHIE __51

ANNEXES __52

RETRANSCRIPTION ENTRETIEN AVEC JAMES AUGER __54

RETRANSCRIPTION ENTRETIEN AVEC MAX MOLLON __66

Nous remercions particulièrement Pierre-Damien Huyghe, professeur des universités et directeur du Master Recherche Design Médias Technologies, de l'UFR 04, Paris I Panthéon Sorbonne, pour son enseignement et sa participation à la direction de ce mémoire.

Nous remercions également Annie-Gentes, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à Telecom ParisTech qui co-habite le diplôme, et directrice du Co-Design Lab, pour son enseignement lors des séminaires suivi au cours de l'année.

Nous remercions James Auger, et Max Mollon pour le temps qu'ils nous ont accordé lors des entretiens.

Nous remercions enfin notre famille et amis, pour leur soutien, et leur aide dans la rédaction de ce mémoire, ainsi que les différents professeurs pour tout ce qu'ils nous ont appris au cours de nos études.

INTRODUCTION

Nous nous sommes intéressés, au cours de l'année, à une nouvelle pratique du design appelé à la fois design fiction, design spéculatif ou encore design critique. Il s'agit d'une pratique qui tend à remettre en question le but final du design classique, à savoir de proposer des solutions, de résoudre des problèmes. Au contraire, ce « type » de design veut montrer les problèmes, et surtout susciter le débat, la critique.

Pour mieux comprendre ce que font les designers qui se revendiquent comme critique, nous avons interrogé l'un d'eux sur le statut des objets qu'il produit. Il nous a donné la réponse suivante :

« Ce sont des objets de design, réponse 1 ; réponse 2 : ce sont des objets à conversations, ils ont des spectateurs plus que des utilisateurs. Ils peuvent avoir des utilisateurs, mais ce n'est pas leur but, leur but c'est d'avoir des spectateurs et d'être vus et débattus. »¹.

« C'est intéressant cette question parce ça me rappelle une citation de James Auger, qui est dans sa thèse : c'est que le vrai produit, de ce type de design c'est la réaction des gens. Ce que l'on veut produire c'est un ensemble de réactions. Et c'est peut-être ça la clé de ce type de design par rapport à un design qui résout des problèmes ou qui fait de la prospective. »².

Il s'agirait donc de proposer des objets dont la forme n'est plus pensée pour résoudre des problèmes d'ergonomie, d'esthétiques ou de fonctionnalité, mais des objets dont le but, la visée, est de susciter des réactions par la mise en forme de ceux-ci.

Le designer poursuit en déclarant :

« C'est quand même du design classique mais dans un monde pas classique, souvent je l'explique comme ça. »³.

A quoi fait-il référence lorsqu'il parle d'un « monde pas classique » ? C'est cette question qui a été le point de départ d'une multitude d'autres interrogations sur cette nouvelle pratique que nous formulerons tout au long de ce mémoire.

¹ Extrait tiré de la retranscription de l'entretien avec Max Mollon, que nous joignons dans sa totalité en annexe de ce mémoire.

² Ibidem.

³ Ibidem.

Design fiction, design critique, design spéculatif. Nous notons là un premier problème pour cette pratique. Elle est nommée par trois termes différents, et d'autres, mais ceux- là sont les principaux, qui ne veulent pas tout à fait dire la même chose, mais dont les ambitions sont les mêmes : donner forme à des problèmes et susciter le débat. Cela n'est pas l'objet de notre mémoire, mais il nous semblait important d'en faire état avant de rentrer dans le vif du sujet. Nous utiliserons dans ce mémoire d'avantage les termes de design fiction, et de design critique car nous allons nous intéresser à la question de la fiction dans un design qui veut faire émerger de la critique.

La fiction, donc. En effet nous faisons l'hypothèse que ce à quoi fait référence le designer en déclarant « un monde pas classique » c'est que cette démarche de design s'opère non pas dans le monde que nous connaissons aujourd'hui, dans le monde dans lequel nous sommes, et nous vivons, mais dans des mondes imaginaires, fictionnels. Nous essaierons alors de comprendre pour quelles raisons le design critique compose avec des univers fictionnels et surtout comment il s'exécute dans ces contextes imaginaires.

Nous aurons d'abord besoin de retracer brièvement les antécédents historiques de l'émergence de la critique dans le design pour comprendre que d'une part cela ne vient pas de nulle part, et d'autre part comment cela a évolué pour devenir le design critique d'aujourd'hui, qui se cherche d'ailleurs toujours, d'où la difficulté de rédiger un mémoire sur cette pratique.

Nous aurons également besoin d'entendre la différence qu'il y a entre le réel et l'irréel pour comprendre ce à quoi tient la fiction dans le design critique. C'est d'ailleurs ce questionnement sur ce qu'est le réel, ce qu'est l'irréel, ce qu'est la fiction, ou encore l'imaginaire, qui est à l'origine de ce mémoire. Nous nous sommes en effet toujours intéressée à la manière dont on présente un objet, un produit de design dans le scénario d'usage, qui est en réalité, selon nous, un mode de mise en forme qui tient plus du marketing, puisque l'on fait la louange de l'objet par son design incroyablement pragmatique, fonctionnel, ou esthétique. Un exercice imposé par nos études préalables de design, qui ne nous a jamais vraiment enjoué, dans lequel vendre, par un petit récit graphique, le produit imaginé était pour nous comme vendre notre âme au diable de la marchandisation. Il fallait persuader par le récit, comme si la forme de l'objet elle-même n'en était pas capable.

C'est donc, et ça a toujours été pour nous une question en suspens que celle de savoir pourquoi nous utilisons, et attachons presque plus d'importance au récit, plutôt qu'au produit lui-même. Le design critique, opérant dans la fiction, et jouant d'histoires et de récits,

nous nous demanderons, dans le cours de l'argumentation, si la fiction et la narration sont la même chose. Et si elles ne le sont pas, qu'est-ce qui les différencie ?

Partant de ces différentes interrogations, nous orientons notre recherche dans le champ du design critique, en nous demandant comment ce design parvient à donner forme à un problème, de quelle manière procède-t-il ? Nous décidons d'axer notre recherche dans l'étude de ce qui fait l'essence de la fiction, pour questionner l'efficacité d'un tel design. Au cours de l'argumentation nous pointerons des problèmes d'efficacité au regard des intentions de susciter du débat chez les spectateurs, quant à l'usage de la fiction, ou encore du récit dans le design critique. Nous souhaitons rendre compte dans ce mémoire, de notre position critique vis-à-vis de la manière dont est employée la fiction dans le design fiction, qui veut offrir un monde nouveau dans lequel se projeter pour réfléchir sur le quotidien dans lequel nous vivons.

Dans un premier temps nous devons expliquer plus en détails en quoi consiste le design critique, et comment le vraisemblable est l'un des enjeux les plus importants pour les designers. Nous prendrons notamment appui sur la lecture de la *Poétique*⁴ d'Aristote, pour définir ce qu'est la fiction, et ce que sont ses effets en matière de retour critique.

Nous irons ensuite du côté de Freud, pour questionner les notions de familier et de non-familier, qui ont été discutées lors d'un entretien avec un designer critique. Pour cela nous nous appuierons sur un séminaire suivi cette année sur ces notions. Cela nous permettra de mieux saisir ce qui peut se jouer dans l'usage de la fiction par cette pratique.

Nous ouvrirons alors nos questionnements sur la mesure du familier par rapport au non-familier et ce qui permet de faire ou non la passerelle entre les deux, en émettant l'hypothèse qu'il s'agit du récit. Nous irons donc voir du côté de ce que l'on appelle le *storytelling*, l'art du récit, et ainsi comprendre ce dont nous parlions plus haut, pour quelles raisons donnons-nous aujourd'hui plus d'importance au récit qu'au produit, et en quoi cela aide ou n'aide pas à la formulation autonome de questionnement.

Enfin, nous nous baserons sur le concept de distanciation de Brecht, pour comprendre et soutenir que c'est cette manière de faire fiction qui sera la plus efficace pour donner la possibilité à l'audience de se faire sa propre opinion, de développer son propre regard critique.

⁴ ARISTOTE. *Poétique*. Traduit du grec par Odette BELLEVUE et Séverine AUFFRET. Première édition en 1997, Editions Milles et une nuits, 2006. ISBN 978-2-84205-117-4

I L'ALTERITE DANS LA STANDARDISATION

Comment le design est-il devenu critique ?

Nous voulons dans un premier temps énoncer les liens historiques entre l'émergence du design radical italien des années 1960 et le design critique des années 2000 à nos jours.

En effet, en 1966, à Pistoia, une petite ville proche de Florence en Italie, s'ouvre l'exposition *Superarchitettura*. On y trouve présentés des objets étranges, peu commun pour ce que nous connaissons alors du design. Ces objets au statut indéfinissable, entre sculpture et mobilier, marquent la naissance des groupes Archizoom et Superstudio et avec eux de nouvelles pratiques du design, qui seront qualifiées de radicales. Depuis la faculté d'architecture de Florence, fréquentée par les fondateurs d'Archizoom et de Superstudio, et également Gianni Pettena, ainsi que d'autres groupes comme UFO, Sturm ou encore 9999, cette attitude radicale s'étendra très vite en Italie, notamment à Milan, avec entre autres, Ettore Sottsass Jr. ou encore Ugo La Pietra...

L'exposition *Superarchitettura* naît d'un sentiment de désenchantement de l'architecture qui grandit dans les années 1960. On trouve le débat sur une crise de l'architecture dans la revue du groupe Archigram (groupe Anglais constitué de Peter Cook, Ron Herron, David Greene, Warren Chalk, Dennis Crompton et Mick Webb), avec leurs expérimentations de villes utopiques, dont « Plug-In City » est l'une des plus connues. Ce groupe se sert de la revue comme médias pour communiquer sur le devenir moderne de l'architecture, et surtout mettre en question leur scepticisme à l'égard du verbe moderniste et d'un enthousiasme grandissant de tous, pour la marchandise et le capitalisme. De cet état de crise constaté par les architectes, « convaincus que la ville n'exprimait plus un lieu mais un modèle de comportement, une condition, et que cette dernière était transmise à travers la marchandise »⁵, découle un glissement des pratiques : de l'architecture vers le design et la conception d'objet.

Il s'agit d'un moment où les pratiques s'échangent, fusionnent, entre la théorie, l'art, le design et l'architecture, la philosophie et les sciences humaines. L'exposition *Superarchitettura* présente alors un nouveau terrain d'exploration pour les designers, architectes mais aussi

⁵ BRANZI, Andréa. « Postface », dans Branzi (dir.), *No-Stop City*, cité par QUINZ, Emanuele, « A slight strangeness. Objets et strategies du design conceptuel », dans *Strange Design. Du design des objets au design des comportements*. Sous la direction de DAUTREY Jehanne et QUINZ Emanuele. Août 2014, It : éditions. ISBN 978 2 917053 18 8. Page 19

les artistes, et met en avant pour la première fois, la possibilité d'une approche critique de la société par le design.

Le type d'objet produit sera ainsi en rupture avec les valeurs existantes du design au début des années 1960, comme l'efficacité, la flexibilité, la modularité, la sérialité, et prendra comme modèles de conception principaux : l'utopie et l'ironie. Les acteurs du design radical mettront en question la standardisation et l'effacement des différences en créant des objets uniques, chargés d'images et du plus possible de propriétés sensorielles, pour mettre en avant le processus d'aliénation de la société de consommation.

Le design radical, emprunte alors à la sémiologie en train de poindre, et notamment à Umberto Eco, la réflexion que le design et l'architecture « sont régis, comme les autres langages par des codes, des modèles structuraux, des systèmes de normes. Ces codes, qui se manifestent sous forme de lexiques iconologiques, stylistiques et rhétoriques, ont pourtant la spécificité de s'appuyer sur les dimensions « externes », notamment les usages et les comportements, et donc sur des dimensions psychologiques, sociologiques et politiques. »⁶ . Cela signifie que le design et l'architecture, en plus de communiquer sur leur fonction utilitaire première, imposent une idéologie à l'utilisateur qui se voit contraint à un certain comportement, avec l'objet, ou l'espace.

Les radicaux produisent alors des objets dont les fonctions utilitaires premières sont dissimulées et les fonctions secondaires symboliques, idéologiques, connotatives exacerbées pour réintroduire de l'altérité et de la différence face à la standardisation. Ils mettent ainsi dans le monde des objets « ouverts »⁷, entendu selon Umberto Eco comme des objets dont le taux de transgression des codes, et des normes, et le taux d'ambiguïté formelle ouvrent sur un ensemble d'interprétations possibles et non contraints par une interprétation univoque dont la société de consommation en est l'exemple même.

Cependant, cette forme de production de rupture et de distorsion des signes et des codes, sera critiquée par Manfredo Tafuri (architecte, théoricien, historien et critique de l'architecture italien). Pour lui, cette tendance prend sa source dans le mouvement Surréaliste des années 1930 et 1940 avec par exemple les « Machines Inutiles » de Bruno Munari, définit par lui-même comme des objets qui « s'apparentent à des machines, car ils se composent de nombreuses pièces mobiles reliées entre elles et car le fameux levier [...] est une

⁶ QUINZ, Emanuele. « A slight strangeness. Objets et stratégies du design conceptuel » dans *Strange Design Du design des objets au design des comportements*, sous la direction de DAUTREY Jehanne et QUINZ Emanuele. Août 2014. It : éditions. ISBN 978 2 917053 18 8.

Page 20

⁷ ECO, Umberto. *L'opera operata* (1962), trad. *L'Œuvre ouverte*, Paris.Seuil.1979

machine, malgré son caractère basique. Elles sont inutiles [les machines] car contrairement aux autres machines, elles ne produisent pas de biens de consommation matériels, n'éliminent pas la main-d'œuvre, n'augmentent pas le capital. »⁸. Munari cherche alors d'avantage à faire rentrer l'art dans le quotidien avec ses machines inutiles et est plus dans une recherche esthétique en trois dimensions que dans une critique de la société. C'est ce que critiquera Manfredo Tafuri dans le design radical : le fait que les radicaux aient recours au jeu, à l'allusion, à la déformation ironique comme stratégie de communication et qu'ils usent de formes esthétisantes, enlevant l'objet à son contexte et le rendant donc inutile même d'un point de vu critique.

Les productions des radicaux vont petit à petit s'éloigner de l'objet en tant que tel et intégrer « des supports d'expression empruntés à d'autres disciplines (des installations, mais aussi des photomontages, des films, des photoromans ...) : le projet s'entoure de fictions, d'une dense nébuleuse d'images et de réflexions théoriques, d'analyses anthropologiques et de slogans politiques, il change de nature, son objectif n'est pas la production d'objets mais d'*états de conscience*. »⁹.

⁸ MUNARI, Bruno. *L'art du design*. Editions PYRAMID NTVC. 2012. Page 15. Collection T. ISBN 978-2-35017-267-5

⁹ QUINZ, Emanuele. «A slight strangeness. Objet et stratégies du design conceptuel ». Page 22-23, op.cit. page 5

II PRODUIRE DES ETATS DE CONSCIENCES.

SE CONDUIRE OU SE COMPORTER.

Ce recours à la fiction nous permet de faire un parallèle avec la pratique et la théorie du design critique de Dunne & Raby du début des années 2000. En effet, la fiction est un élément prépondérant, selon eux, pour avoir une attitude critique et produire ces états de conscience.

Dérivé du design radical italien, le design critique n'a cependant pas le même horizon que les radicaux. L'ère des technologies numériques et électroniques, des réseaux et de la globalisation (notamment avec l'apparition dans les ménages d'internet dans les années 1990) amène avec elle de nouvelles contraintes et de nouvelles normes de conduites, et fait glisser les questionnements du côté des objets techniques et de l'interactivité plus que du côté des produits et de la consommation.

Le terme « critical design » est inventé par Anthony Dunne et Fiona Raby lorsqu'ils sont chercheurs au « Computer Related Design Research Studio » du Royal College of Art. A l'époque, ils écrivent que cela « est venu d'un souci envers les motivations dénuées de toutes critiques qu'il y a derrière le progrès technologique, quand la technologie est toujours assumée comme bonne et capable de résoudre le moindre problème. Notre définition était alors que : le design critique utilise des propositions de design spéculatif pour contester des hypothèses étroites, des idées préconçues, et montrer le rôle que les produits jouent dans la vie quotidienne. »¹⁰.

Dans le contexte du progrès technologique, l'objet critique est, selon Anthony Dunne, « para-fonctionnel ». Il explique le mot emprunté à Baudrillard (Le système des Objets) :

« Le terme désigne une forme de design où la fonction est utilisée pour encourager la réflexion sur la manière dont les produits électroniques conditionnent notre comportement. Le préfixe *para* suggère que ce design reste dans le domaine de l'utilité, mais qu'il tend à

¹⁰ DUNNE, Anthony, RABY, Fiona. « Design as critique », dans *Speculative Everything. Design, Fiction, and Social Dreaming*, Cambridge, Massachusetts. MIT Press. 2013. Page 34. ISBN 978-0-262-01984-2. [Traduit par nos soins de l'anglais: *It grew out of our concerns with the uncritical drive behind technological progress, when technology is always assumed to be good and capable of solving any problem. Our definition then was that: critical design uses speculative design proposals to challenge narrow assumptions, preconceptions, and given about the role products play in everyday life.*]

aller au-delà des définitions conventionnelles du fonctionnalisme pour inclure la poétique [...] Il suggère un rôle pour les objets de design où la fonctionnalité peut être utilisée pour critiquer les limites que les produits imposent à nos actions »¹¹. La fonction propre à ce type d'objet de design critique est donc selon eux la critique.

Pour avoir un regard autre sur le présent technique, et sur les nouvelles technologies, Dunne & Raby poursuivent en écrivant : « Pour trouver l'inspiration pour spéculer au travers du design, nous avons besoin de regarder au-delà du design vers le terrain de jeu méthodologique du cinéma, de la littérature, des sciences, de l'éthique, de la politique, et de l'art; pour explorer, hybrider, emprunter et embrasser le plus grand nombre d'outils disponibles pour élaborer, non pas seulement des choses, mais aussi des idées - des mondes fictionnels, des avertissements, des scénarios du « et si ... ? », des expériences de pensée, des exercices contrefactuels, des expériences de raisonnement par l'absurde, des futurs pré-figuratifs, etc. »¹². Ils donnent alors au design un statut de médium, et d'outil, qui peut s'hybrider à d'autres disciplines, pour se distancer de l'objet entendu sous sa forme purement fonctionnelle et utilitaire, et aller vers la mise en forme d'idées, vers une matérialisation de ces idées aux travers de scénarios fictionnels qui deviennent des terrains d'expérimentations pour questionner nos pratiques, nos conduites, ou nos comportements.

La distinction entre se comporter et se conduire nous a été démontrée lors du séminaire du Master 1, Design Médias Technologies, à l'Université de la Sorbonne, par Pierre-Damien Huyghe, qui s'est appuyé sur la lecture du *Milieu animal et milieu humain*¹³, de Jacob Von Uexküll. Le concept clé du biologiste est celui de l'*Umwelt*, que nous pouvons traduire par « monde-propre ». La théorie de Uexküll est que chaque espèce vivante a son propre monde, dans lequel elle évolue. Ce monde lui impose ses propres déterminations. C'est-à-dire que chacune des espèces vivantes partagent un environnement commun, mais ne le vivent pas de la même manière, chacune a sa propre expérience

¹¹ DUNNE, Anthony. *Hertzian Tales. Electronic Products, Aesthetic Experience, and Critical Design*. Cambridge, Massachusetts. MIT Press. 2005. Pages 42-43. Cité par QUINZ, Emanuele, dans *Strange Design Du design des objets au design des comportements*. Op.cit. page 5

¹² DUNNE, Anthony, RABY, Fiona. « Beyond radical design? », dans *Speculative Everything Design, Fiction, and Social Dreaming*. Cambridge, Massachusetts., MIT Press. 2013. Page 3. [Traduit par nos soins de l'anglais : *To find inspiration for speculating through design we need to look beyond design to methodological playground of cinema, literature, science, ethics, politics, and art; to explore, hybridize, borrow, and embrace the many tools available for crafting not only things but also ideas – fictional worlds, cautionary tales, what if scenarios, thought experiments, counterfactuals, reductio ad absurdum experiments, prefigurative futures, and so on.*]

¹³ VON UEXKÜLL, Jacob. *Milieu animal et milieu humain*. (1956). Traduit de l'allemand et annoté par Charles MARTIN-FREVILLE. Editions Payot & Rivage. 2010. ISBN 978-2-7436-2081-3

imposée par la détermination de son monde. Or, pour lui l'homme n'est pas conditionné par un milieu car il a la possibilité de faire des choix, ce que ne peut pas l'animal. L'animal ne peut pas ne pas faire telle ou telle chose par choix, c'est une obligation, définie dans ce séminaire par le terme de comportement, par opposition à l'Homme qui lui est capable de se conduire, c'est-à-dire de faire des choix, et qui implique un mouvement qui repose sur des actions décidées, plus qu'un comportement régit par l'*Umwelt*. Nous ne sommes pas limités dans nos actes, tant qu'un choix est possible.

C'est pourquoi nous nous demandons si nous nous conduisons avec les nouvelles technologies, en ayant la possibilité de faire des choix d'interaction, de pratique, ou si nous nous comportons avec ces objets techniques dans la limite qui nous est donnée par les concepteurs, qui contraint nos conduites à des comportements sans décisions réellement possibles de notre part. Quel rôle ont les designers avec cette limitation des pratiques ? Comment le design critique, spéculatif, fiction, s'empare-t-il de cette question, et comment le peut-il ?

Nous avons discuté lors d'un entretien avec James Auger qui pratique le design spéculatif. Pour lui « le design se doit de comprendre les conduites des personnes, leurs désirs. » Il poursuit en expliquant que l'on peut « fondamentalement pousser cela en amont pour discuter avec les scientifiques, où cette technologie va-t-elle, finalement, pouvoir être appliquée ? C'est un peu radical mais pour une grande part, beaucoup de laboratoires scientifiques sont très vides et il n'y a pas d'influence de la culture et des conduites quelles qu'elles soient. Ils résolvent juste des problèmes scientifiques ou d'ingénierie sans penser à où cette technologie va au final et ce que nous pourrions faire avec dans le futur. [...] Donc, le design peut commencer à avoir un impact sur les sciences bien plus tôt qu'à l'habitude. Normalement, on fait fondamentalement le plus gros du travail à la fin du processus, l'enveloppe pour s'occuper des interactions, pour en faire quelque chose de beau. Nous pouvons être plus ambitieux sur ça. »¹⁴ Pour lui, les designers ne doivent plus seulement intervenir à la fin de la chaîne de conception d'un objet, ils

¹⁴ Extrait de l'entretien avec un designer critique et chercheur en design d'interaction. Retranscription complète faite par nos soins en annexe.

[Traduction par nos soins de l'anglais : *that design is up an understanding of people's behavior, of desire of culture. You can basically move that upstream to discuss with the scientist, where that technology might ultimately be apply, because quite commonly this is a bit brutal but for the large part a lots of scientific laboratories are like vacuums, and there is no influence of culture and behavior whatsoever they are just solving scientific problems or engineering problems, without any thought about where might this ultimately end up and what will we be doing with this in the future [...] So designers can start to impact on the science much earlier than is normally the case. Normally we just basically do our work at the end of the process, the packaging to deal with the interactions to make it look good. We can be more ambitious than that.*]

doivent avoir un rôle au sein même des laboratoires scientifiques pour amener un regard plus sensible, celui de l'extérieur, et des futures utilisateurs de ces nouvelles technologies. Pour nous il s'agit dans cette manière de penser le design, de ne plus mettre de côté le choix possible des utilisateurs. Nous la trouvons également chez Dunne & Raby qui écrivent que « C'est seulement quand les produits sont achetés qu'ils rentrent dans la vie quotidienne et ont des effets. L'acte d'achat détermine notre futur technologique. En présentant au gens des produits fictionnels, des services et des systèmes de futurs alternatifs, les personnes peuvent s'engager de manière critique avec eux comme des consommateurs- citoyens. »¹⁵. Ils caractérisent alors de « citizen-consumer », et non plus de simple consommateurs, ces utilisateurs à qui on offre la possibilité de faire des choix quant aux technologies que nous voulons, ou que nous ne voulons pas dans notre futur, de la manière dont elles peuvent ou non être employées.

Le design fiction est donc un outil qui permet de spéculer sur l'avenir que pourrait amener avec lui le progrès technique et technologique, notamment en proposant des scénarios alternatifs à ceux vendus par le marché qui sont toujours très optimistes, dessinant le profil d'un monde de rêve où rien de mieux que le progrès pourrait arriver. Il s'agit donc pour les designers de se décharger des contraintes économiques liées au capitalisme, et mettre en forme des débats possibles.

S'ABSTRAIRE DES CONTRAINTES ECONOMIQUES ET DES CONVENTIONS CULTURELLES

Pour comprendre comment la mise en forme de débat, d'éléments de dialogue autour des nouvelles technologies peut être exécutée, nous devons comprendre comment la fiction intervient, quel rôle lui est donné, pour saisir ce à quoi tient le design critique.

Julian Bleeker, dans son essai sur le design fiction pose ce que sont pour lui les fondements de cette pratique et commence par citer Dennis Dutton, philosophe de l'esthétique, qui dit que « La fiction est

¹⁵ DUNNE, Anthony, RABY, Fiona. « Consuming monsters: big, perfect, infectious », dans *Speculative Everything Design, Fiction, and Social Dreaming*. Cambridge, Massachusetts. MIT Press. 2013. Page 49. [Traduit par nos soins de l'anglais : *It is only when products are bought that they enter everyday life and have effect. The act of buying determines our technological future. By presenting people with fictional products, services, and systems from alternative futures people can engage critically with them as citizen-consumers.*]

précieuse pour son adaptabilité car elle permet des expérimentations moins coûteuses que de tester les choses pour de vrai. »¹⁶.

Serait-ce là le rôle de la fiction ? Celui de pouvoir tester, à moindre coût, les nouvelles technologies et leurs impacts ? D'un point de vue économique, probablement. Cependant il nous semble, nous en faisons l'hypothèse maintenant et développerons cela au cours des parties qui vont suivre, qu'il y a quelque chose de plus dans la recherche de questionnements par la fiction, qu'un seul détachement des contraintes économiques et mercantiles, auxquelles la pratique du design « classique » obéit.

Effectivement, pouvoir se détacher des contraintes économiques est l'un des enjeux du design critique théorisé par Dunne & Raby, néanmoins il n'en est pas l'objectif à terme. S'éloigner du marché est un moyen de pouvoir s'abstraire des conventions basées sur des contraintes culturelles notamment. Ces conventions sont définies par Donald A. Norman¹⁷, comme étant des contraintes culturelles qui ont évoluées dans le temps. Elles ne sont pas arbitraires, cela signifie qu'elles se développent et exigent même une communauté de pratiques. Elles mettent du temps à être adoptées, et lorsque c'est fait, il est difficile de s'en défaire. Pour les designers il est délicat de ne pas les prendre en compte car malgré le fait qu'elles impliquent un choix volontaire, elles sont de véritables contraintes sur nos conduites. Elles nous limitent dans nos actions, et provoquent chez nous un comportement, car elles ne permettent pas un choix, ou plutôt nous conditionnent à faire tel choix plutôt qu'un autre possible. Donald A. Norman prend l'exemple de la barre de défilement qui se trouve à droite de l'écran et qui se déroule du haut vers le bas grâce au glissement de la souris. Il s'agit là d'une convention apprise, acquise et intégrée à la société qui contraint nos gestes et qui, si elle n'est pas respectée, peut nous surprendre, voire même nous laisser dans une position d'inconfort, et de déroute quant à l'utilisation de telle ou telle interface numérique.

Aller au-delà des conventions et des contraintes liées aux pratiques de design « traditionnelles », nous ne trouvons pas meilleurs mots pour parler des pratiques qui s'accommodent de ces contraintes, est un moyen pour le design critique de ne pas rester cloîtré et de se

¹⁶ DUTTON, Denis. Cité par BLEECKER, Julian dans *Design Fiction A short Essay on design, science, fact and fiction*. Near Future Laboratory. 2009. Page 4. [Traduit par nos soins de l'anglais : *Fiction is evolutionarily valuable because it allow low-cost experimentation compared to trying things for real.*]

¹⁷ NORMAN, Donald. « Affordances, Conventions and Design » [Article en ligne]. Publié dans la revue *Interactions*. vol VI.3. Mai-Juin. 1999. Pages 38-42. PDF consulté en décembre 2014. Disponible sur le web
<https://diuf.unifr.ch/pai/education/2004_2005/courses/uc2/Cours%202/Exo_2_UC2_06_Bus_affordance/Norman-Affordance&Conventions.pdf>

permettre une multitude d'expérimentations, d'imaginer des possibles et non plus un possible. L'utilisation de la fiction est alors, en effet peu coûteuse, mais surtout un moyen de spéculer « à travers le design en présentant des questionnements abstraits par des produits fictionnels » qui permettent « d'explorer des problèmes éthiques et sociaux sans le contexte de la vie quotidienne. »¹⁸. S'abstraire du quotidien vécu et regarder dans le champ des possibles est donc un moyen de proposer, selon Dunne & Raby, des alternatives possibles aux produits sortis des laboratoires scientifiques et d'en questionner les fins et l'impact qu'ils pourraient avoir sur nos vies.

Nous nous demandons alors comment le design fiction peut s'écarter de la vie quotidienne quand, justement, les problèmes identifiés par les designers et les questions qu'ils veulent faire émerger ont pour objet de recherche le vécu et les pratiques sociales des utilisateurs des nouvelles technologies.

Dunne & Raby répondent que pour eux « une caractéristique essentielle est comment le design est simultanément ancré dans le monde, l'ici-et-maintenant, et en même temps dans le « pas-encore là ». Il propose une alternative qui dans ses manques de raccords avec ce monde offre une critique en demandant « et pourquoi pas ? ». Si il s'adapte trop confortablement d'un côté ou de l'autre il échoue. C'est pourquoi, pour nous, le design critique doit être matérialisé.»¹⁹. Le design est donc pour eux entre deux mondes. Celui dans lequel nous sommes aujourd'hui, et celui de demain. Par le biais de la fiction, et du détachement de contraintes économiques, mercantiles, et culturelles, le design critique peut spéculer, et proposer l'image d'un demain possible. Entendu que s'il y a du possible, c'est qu'il y a plusieurs alternatives, plusieurs futurs envisageables, souhaitables ou non.

Ainsi, être à la fois dans « l'ici-et-maintenant », et dans le « pas-encore-là » ce serait ce qui constitue le design critique. Nous nous demandons sur quoi repose cet entre-deux ? Quels en sont les acteurs, agents, éléments ? De quoi est-il constitué ?

¹⁸ DUNNE, Anthony, RABY, Fiona. « Design as critique », dans *Speculative Everything Design, Fiction, and Social Dreaming*. Cambridge, Massachusetts. MIT Press. 2013. Page 51 [Traduit par nos soins de l'anglais : *Speculating through design by presenting abstract issues as fictional products enables us to explore ethical and social issue within the context of everyday life.*]

¹⁹ DUNNE, Anthony, RABY, Fiona. « Design as critique », dans *Speculative Everything Design, Fiction, and Social Dreaming*. Cambridge, Massachusetts. MIT Press. 2013. Page 43. [Traduit par nos soins de l'anglais : *For us, a key feature is how well it simultaneously sits in this world, the here-and-now, while belonging to another yet-to-exist one. It proposes an alternative that through its lack of fit with this world offers a critique by asking, "why not?" If it sits too comfortably in one or the other it fails. That is why for us, critical designs need to be made physical.*]

III UN ENTRE-DEUX

LES FAITS ET LA FICTION.

« Comme la science-fiction, le design fiction crée des dialogues imaginaires sur des mondes futurs possibles. **Comme certaines formes de science-fiction, il spéculé sur un avenir proche du demain, extrapolé du présent. Dans la spéculation, le design fiction jette un regard critique sur les formes actuelles des objets et les rituels d'interaction qu'ils permettent, ou ne permettent pas.** »²⁰.

« Le design fiction travaille dans un espace entre la fierté des sciences des faits et l'imaginaire sérieusement ludique de la science-fiction, faisant des choses qui sont à la fois réelles et fausses, mais conscient de l'ironie du brouillage – et même le revendiquant à son avantage. C'est une pratique de design, tout d'abord car il ne fait pas autorité sur le monde, qu'il n'a pas d'enjeu spécial dans une vérité canonique ; car il peut travailler confortablement avec le vernaculaire et le pragmatique ; car il a dans son vocabulaire le mot « personne » (et non « usager ») et tout ce que cela implique ; car il peut opérer avec intelligence et paradoxe et dans une position critique. **Il n'assume rien à propos du futur, sauf qu'il peut y avoir des futurs simultanés et de multiples futurs et des multiples futurs simultanés – même à la fin de tout.** »²¹.

²⁰BLEECKER, Julian. Design Fiction. A short essay on design, science, fact and fiction.[PDF en ligne] Near Futur Laboratory. Mars 2009. Consulté en février 2015. [Traduit par nos soins de l'anglais : *Like science fiction, design fiction creates imaginative conversations about possible future worlds. Like some forms of science fiction, it speculates about a near future tomorrow, extrapolating from today. In the speculation, design fiction casts a critical eye on current object forms and the interaction rituals they allow and disallow.*]. Disponible sur le Web : http://drbfw5wflxon.cloudfront.net/writing/DesignFiction_WebEdition.pdf.

²¹Ibidem. [Traduit par nos soins de l'anglais : *Design fiction is the cousin of science fiction. It is concerned more about exploring multiple potential futures rather than filling out the world with uninspired sameness. Design fiction creates opportunities for reflection as well as active making. Design fiction works in the space between the arrogance of science fact, and the seriously playful imaginary of science fiction, making things that are both real and fake, but aware of the irony of the muddle — even claiming it as an advantage. It's a design practice, first of all — because it makes no authority claims on the world, has no special stake in canonical truth; because it can work comfortably with the vernacular and pragmatic; because it has as part of its vocabulary the word "people" (not "users") and all that implies; because it can operate with wit and paradox and a critical stance. It assumes nothing about the future, except that there can be simultaneous futures, and multiple futures, and simultaneous-multiple futures — even an end to everything.*].

Pour Julian Bleecker cet entre-deux repose sur le fait que cette pratique à affaire avec les sciences des faits et la science-fiction. il écrit que « le design fiction est un mélange de la science des faits et de la science-fiction. C'est une sorte de pratique auteurisée qui recombine les traditions de l'écriture et de l'art du récit avec le travail matériel des objets. Au travers de cette association, le design fiction crée des objets sociaux qui racontent des histoires – des choses qui participent du processus créatif en encourageant l'imagination humaine. »²². C'est alors une pratique qui combine l'art du récit et la matérialisation des idées qui « cherchent encore leur bonne place pour exister » et qui conçoit des choses qui sont des « supports ou des éléments de dialogues qui aident à spéculer, refléter et imaginer, même sans mots. Ce sont des choses autour de nous, avec lesquelles des discussions arrivent, [...] et qui nous aident à imaginer d'autres mondes et d'autres expériences. »²³. Il poursuit, en déclarant, que ce sont des choses matérielles qui sont bien réelles mais qui ne peuvent être détachées de l'utilisation dans leurs contextes fictionnels pour imaginer ce que pourraient être les pratiques sociales avec cette chose, dans ce contexte. Ce sont donc des objets qui racontent des histoires, par eux-mêmes, sans forme de verbalisation, une autre forme de langage que celui des mots. Une autre forme de mise en récit.

A propos du langage des mots, Julian Bleecker dit qu'il « est une chose délicate, souvent en manque de précisions comme on le voudrait, c'est pourquoi la mise en forme d'éléments de dialogue pour provoquer l'imagination, ouvre une discussion jusqu'à explorer les possibilités et provoquer de nouvelles considérations que les mots en eux-mêmes ne sont pas capables d'exprimer. »²⁴. La matérialisation des problèmes par autre chose que le langage verbale est alors ce qui permet, selon lui, de donner un support autre, et plus complet pour les débats.

Nous notons alors que le pont entre « l'ici-et-maintenant » et le « pas-encore-là » repose sur la mise en récit matérielle, formelle, des

²² Ibidem. [Traduit de l'anglais : *Design fiction is a mix of science fact, design and science-fiction. It is a kind of authoring practice that recombines the traditions of writing and story telling with the material crafting of objects. Through this combination, design fiction creates socialized objects that tell stories — things that participate in the creative process by encouraging the human imagination.*].

²³ Ibidem. [Traduit de l'anglais : *These are like props or conversation pieces that help speculate, reflect and imagine, even without words. They are things around which discussions happen, even with only one other person, and that help us to imagine other kinds of worlds and experiences.*].

²⁴ Ibidem. [Traduit de l'anglais : *Language is a tricky thing, often lacking the precision you'd like, which is why conversation pieces designed to provoke the imagination, open a discussion up to explore possibilities and provoke new considerations that words by themselves are not able to express.*].

problèmes observés dans le monde actuel, vécu. Le fait de s'éloigner du réel actuel, du monde dans lequel on est, du quotidien vécu, ce n'est pourtant pas forcément aller vers l'irréel, au sens du faux. Il s'agit plutôt de proposer une autre réalité, qui a pour contexte un univers fictionnel et dont la matérialisation de l'imaginaire même devient le travail du designer, pour pouvoir créer le débat.

Nous pouvons alors nous demander ce qui caractérise cette autre réalité qui se joue dans la fiction ?

REEL IRREL / FICTION / VRAI FAUX

Deleuze parlera de puissance du faux pour comprendre ce qui se passe dans la fiction, notamment celle du cinéma. Il définit la puissance du faux comme étant le point d'indiscernabilité entre le réel et l'imaginaire. Ce n'est pas seulement du faux car, selon lui, le faux s'effectue dans l'erreur : « Celui qui se trompe c'est celui qui donne au faux la forme du vrai. »²⁵. On comprend alors que ce qui se joue dans la fiction c'est de croire en la possibilité que cela est vrai dans un présent désactualisé de notre quotidien. La désactualisation, selon lui, c'est ce qui va permettre de croire en un possible réel. Dans ce sens, il conclut que « la narration [la fiction] comme puissance du faux peut-être dite finalement, créatrice. Créatrice de quoi ? A ce moment-là nous n'avons plus d'inconvénient à employer le mot « vérité ». Elle sera créatrice de vérité. Ce qui veut dire que la vérité n'est ni un modèle, ni une copie, qu'elle est quelque chose à créer. Or, la vérité tant qu'elle est à créer, n'a rien à voir avec la vérité de l'homme véridique, c'est-à-dire de la vérité qui est à trouver. »²⁶. La fiction crée donc un présent imaginaire qui est en soit *une* vérité et non pas *la* vérité à trouver par les sciences des faits par exemple. Selon Julian Bleecker, celles-ci ont d'ailleurs besoin de la fiction pour se donner un point de départ pour la recherche de faits, pour valider une hypothèse qui n'est alors basée que sur des intuitions. Et inversement, le design fiction a besoin des faits pour établir une histoire vraisemblable. La fiction dans le design critique reposerait donc sur la vraisemblance.

²⁵ DELEUZE, Gilles. La voix de Gilles Deleuze [en ligne]. Université de Paris 8. Novembre 1983-Juin 1984. Cinéma / vérité et temps, la puissance du faux. [Cours n°45 à 66]. Disponible sur le Web : < http://www2.univ-paris8.fr/deleuze/rubrique.php3?id_rubrique=11 >. Consulté en Octobre 2014

²⁶ Ibidem.

IV LE VRAISSEMBLABLE

DE QUOI DEPEND LA FICTION ?

Créer *une* vérité et non plus *la* vérité, est donc ce à quoi tient la fiction pour Deleuze. C'est d'ailleurs ce que théorise Aristote, dans *Poétique*, essai dans lequel il analyse l'art du poète. Il écrit que le rôle de la poésie « n'est pas de dire ce qui est réellement arrivé, mais de dire ce qui pourrait arriver, selon la vraisemblance. »²⁷. Aristote y oppose le travail de l'historien de celui du poète, en ceci que l'historien relate chronologiquement les événements qui se sont passés alors que le poète compose avec ces événements pour raconter ce qui pourrait arriver. De plus, l'analyse faite par Jacques Rancière de la *Poétique* d'Aristote, nous montre que le propre de la fiction n'est pas de vouloir faire passer le faux pour vrai et d'amener le spectateur dans l'erreur, non le propre de la fiction selon lui c'est de feindre : « Feindre, ce n'est pas proposer des leurre, c'est élaborer des structures intelligibles. La poésie n'a pas de compte à rendre sur la « vérité » de ce qu'elle dit, parce que, en son principe, elle est faite non pas d'images ou d'énoncés mais de fictions, c'est-à-dire d'agencements entre les actes. »²⁸. La fiction repose donc sur la composition de phénomènes événementiels qui ne sont pas rapportés de manière historique, mais de manière intelligible. L'art du poète, selon Aristote, est donc de composer avec les faits de l'*historia* de telle sorte qu'ils soient intelligibles, au contraire des sciences historiques qui doivent rendre compte du désordre empirique des événements. Le vraisemblable correspond alors, selon Barthes, à ce que « le public croit possible et qui peut être tout différent du réel historique ou du possible scientifique. »²⁹. Rendre intelligible les événements c'est les faire comprendre dans le sensible et non dans un rapport purement chronologique, de la manière dont tel ou tel événement s'est déroulé. C'est grâce à la composition des faits que l'on rend intelligible les événements dans un souci de vraisemblance.

²⁷ ARISTOTE. *Poétique*. Traduit du grec par Odette BELLEVUE et Séverine AUFFRET. Première édition en 1997, Editions Milles et une nuits. 2006. ISBN 978-2-84205-117-4. Page 24

²⁸ RANCIERE, Jacques. « S'il faut en conclure que l'histoire est une fiction. Des modes de la fiction » dans *Le partage du sensible esthétique et politique*. La Fabrique-éditions. 2000. ISBN 978-2 913372 05 4. Page 56

²⁹ BARTHES, Roland. *Critique et vérité*. France. Seuil. 1999. [la première édition de l'ouvrage a été publié dans la collection « Tel Quel ». (ISBN 2-2-001931-0)]. ISBN 978-2-02-038180-2. Page 15

LE FAMILIER et LE NON-FAMILIER

Nous avons interrogé Max Mollon pour comprendre comment il procédait pour que la fiction soit vraisemblable et intelligible dans le sens que nous avons expliqué auparavant.

Nous avons tiré un extrait de cet entretien qui nous semble pertinent pour comprendre comment la fiction naît et comment elle peut être efficace, d'un point de vu de la vraisemblance et de l'intelligibilité. Il fait l'analyse un peu avant le passage que nous citons des différentes méthodes de design fiction qu'il a tiré de l'étude de plusieurs cas de design critique. La première méthode est pour lui de se poser la question *what if*, et si, pour pouvoir proposer une alternative au monde existant. Cependant pour lui, cela s'arrête un peu trop vite à de la simple prospective comme pourrait le faire le design « classique ».

Pour lui, il est plus intéressant de se placer du côté de la partie réflexion, de faire réfléchir et cela implique une autre méthode pour y parvenir, qu'il définit par le terme de « friction » et dit :

« Et si je commence à détailler ce machin, j'ai écrit un article où il y a le mot « uncanny » dedans, « uncanny » ça te parle ? donc en robotique ils se sont servis de ce mot pour parler de l' « uncanny valley » qui souligne la peur ou la gêne de voir un robot qui tout d'un coup dépasse un point de ressemblance avec l'humain. Il y a une désirabilité qui monte, plus il ressemble à un humain et plus il devient désirable et quand il ressemble trop à un humain, le pic de désirabilité chute complètement. Et en fait ils ont utilisés le mot « uncanny » parce que Freud avait théorisé ce mot en analysant autant ses patients que les auteurs de romans, je ne sais plus quel type de roman, pour comprendre le langage utilisé et en comparant cela aussi avec les rêves.... Il a défini que quand quelque chose passe du symbolique au réel, cela crée un sentiment qui va du questionnement à la frayeur. Et donc il a appelé ça « uncanny ». Ce que j'ai trouvé génial, dans le mot allemand de ça, c'est que ça veut dire familier et non familier en même temps. En fait on doit créer une balance, pour qu'un projet marche. J'ai analysé dans les discours de ceux qui font du *critical design* et dans mon projet à moi, celui du chien, que l'on doit être dans une équilibre entre le familier et le non familier pour que ça provoque une réaction, et en plus on doit être dans une forme d'étrangeté parce que c'est ça qui va donner envie de plonger dans la réflexion. Mais si on fait ça sans la partie familier, si on crée pas une forme de passerelle entre le monde que l'on connaît et ce monde étrange, on perd la personne. Et donc l'article parle de cette tension entre le familier et le non familier. [...] En fait c'est grâce à la rhétorique. C'est ce qui permet de créer le familier et le non familier. Et donc je tire un axe, sur lequel plus tu tires du côté du non familier plus

tu vas devoir mettre du familier dedans, ou jouer avec la rhétorique pour nous le faire croire.

Donc ce n'est pas uniquement, être « strange » ce n'est pas l'objectif parce que si tu es que « strange » alors les personnes passent à côté parce que ça les dérange. Si tu leur montres que le « strange » est probable et qu'il va rentrer dans leur vie, là ça devient intéressant. Bon je ne rentre pas trop dans les détails ... Et puis « uncanny » pour moi c'est un peu l'extrême de cet axe familier/non familier. »³⁰.

Pour lui, et il serait intéressant d'aller interroger d'autres designers qui pratique ce type de design, la mesure du familier par rapport au non familier produit ou non un regard critique. Pour questionner ce qu'entend le designer par l'idée que le design critique se doit d'être entre le familier et le non familier, nous revenons sur un séminaire³¹ donné pendant notre deuxième année de master sur Freud, et son concept de *unheimliche*³², traduit par « uncanny » en anglais ou « inquiétante-étrangeté » en français.

L'inquiétante-étrangeté est un sentiment qui recourt selon Freud à la notion d'angoisse. Il s'agit avec le mot d'angoisse d'évoquer une peur singulière à quoi le sujet revient en dépit de la notion de plaisir. C'est-à-dire une peur que la personne se ré-évoque sans savoir pourquoi. Il ne s'agit donc pas pour Freud de la réalité, car pour lui la réalité c'est ce sur quoi nous pouvons nous mettre d'accord, ce que l'on arrive à formuler. Or dans le sentiment d'inquiétante-étrangeté le sujet ne peut formuler ce qui lui arrive. Il n'y a alors pas de mise en image dans l'appareil psychique du sujet. Il ne peut pas symboliser, ni imaginer cette peur, qui n'est d'ailleurs pas une simple peur, car nous pouvons dire de quoi nous avons peur, mais pas dans l'angoisse. Il s'agit de ce que Benjamin appelle le trauma. Le sujet a fait une expérience traumatisante à un moment donné, dont il ne peut se rappeler et donc ni la verbaliser ni s'en faire l'image. Ce moment pour Freud c'est lorsque le sujet n'était qu'un enfant, au sens de « infans », c'est-à-dire le moment où le sujet n'avait pas encore acquis le langage et donc où il n'était pas encore capable de mettre un mot ou une image sur ce qui lui arrivait. Cette notion d'angoisse renvoie alors à quelque chose qui a concerné le sujet au temps où il était infantile et qu'il a tant bien que mal refoulé ou surmonté pour devenir le sujet qu'il est aujourd'hui. Il s'agit donc de quelque chose qui a traversé l'esprit, c'est-à-dire à laquelle nous n'avons

³⁰ Extrait tiré de la retranscription de l'entretien avec Max Mollon, que nous joignons dans sa totalité en annexe de ce mémoire.

³¹ Séminaire de Pierre-Damien Huyghe intitulé « Méthodologie, analyse de projet de recherche. Suivi de rédaction de mémoire. » dans le cadre du Master Design Médias Technologies. UFR 04, Paris 1 Panthéon Sorbonne. Mars 2015.

³² FREUD, Sigmund. *Das Unheimliche*. Traduit par « *Inquiétante étrangeté* », publié en français par les éditions Gallimard. 1988. Collection Folio essais

pas opposé de résistance habituelle. La conscience, définit par Freud comme étant « le mode ou le niveau psychique où, en l'absence d'agression, l'énergie circule librement sans faire trace »³³ permet alors d'amortir ce qui vient de l'extérieur et d'endiguer ce quelque chose par lequel le sujet a été traversé et n'a pas permis un enregistrement dans la mémoire. Dès lors le sujet ne peut pas formaliser ou se représenter le quoi de ce qui lui est arrivé. Selon Freud il s'agit d'un élément qui a été enregistré en dehors de la mémoire. Il fait donc une distinction entre le champ de la mémoire, et celui de l'enregistrement. On peut se remémorer une expérience enregistrée dans la mémoire comme par exemple qu'il ne faut pas mettre la main sur la vitre du four parce que ça brûle mais dans l'angoisse ce n'est pas ce qui se passe, dans l'angoisse il y a eu un enregistrement sans mémorisation, sans souvenir. Il n'y a alors plus de repère temporel pour le sujet qui dans l'angoisse va découvrir qu'il est toujours dans l'*infans* sans pouvoir savoir ce qui lui arrive et c'est cela qui cause le trauma dont parle Benjamin.

Freud montre alors le paradoxe entre l'*heimliche* et son contraire qui veulent dire la même chose dans la langue allemande. Il s'agit de quelque chose qui nous reste familier et non familier à la fois. C'est-à-dire non familier car nous ne sommes plus un *infans*, mais également familier car nous avons autrefois été concerné par ça. Le sujet fait l'expérience de quelque chose qui le concerne (le familier) mais qu'il n'arrive pas à faire sien (le non familier), qu'il n'arrive pas à extraire de sa mémoire puisque qu'il s'agit d'une expérience enregistrée en dehors de la mémoire.

L'angoisse est alors un état de l'esprit devant lequel l'esprit, la conscience, a l'impression d'être débordé dans ses propres défenses. Elle ne peut pas amortir ce qui arrive au sujet et si elle l'avait fait à l'époque où il était encore un *infans*, le sujet n'aurait pas pu se construire en tant que sujet. L'angoisse est alors l'ultime défense de l'esprit sans laquelle le sujet est débordé. C'est parce qu'il ne peut se remémorer que le sujet arrive à aller au-delà de ce sentiment et continuer à se construire. Le *ça*, qui lui est arrivé, qui inquiète étrangement, reste hors d'image et de symbole, il s'agit d'un blanc, et pas d'un rien, qui est familier et non familier à la fois. Il y a eu quelque chose mais on ne sait pas quoi, et pourtant *ça* nous fait quelque chose.

Freud trouve son concept dans la littérature, il y aurait donc un art qui joue sur l'angoisse. Comment fait cette littérature pour matérialiser l'angoisse par des mots puisque que justement l'angoisse

³³ FREUD, Sigmund. Cité par HUYGHE, Pierre-Damien, dans « Choc et conscience à l'époque de la diffusion ». Page 13-34, dans le fascicule « Vitrites Signaux Logos » dans *A quoi tient le design*. De l'incidence éditeur. Décembre 2014. ISBN 978-2-918193-23-4. Page 30.

ne peut être ni verbalisée ni symbolisée ? Selon Pierre-Damien Huyghe, elle se fait aux non-dits, ce qui est un paradoxe pour la littérature. Elle joue des blancs dans sa syntaxe, dans la composition des événements relatifs à l'histoire, donc dans la fiction. Ce n'est donc plus la fiction dans la forme classique énoncée par Aristote, ni une composition moderne qui joue sur la dé-composition, c'est-à-dire qui figure des écarts mais dans laquelle tous les éléments de la composition sont présents. Non, il s'agit d'une fiction qui abuse des blancs, des non-dits. Les éléments de la fiction ne sont pas là, mais nous ne sommes pas capables de voir pourquoi ils ne sont pas là.

Or, ne pas savoir comment et surtout pourquoi on passe d'un élément à un autre ne nous permet pas d'identifier, de verbaliser, de se figurer ce qui s'est passé entre tel événement et le suivant. Cela nous paraît naturel et nous n'avons pas besoin d'explication pour apprécier la fiction. Cependant, si nous revenons à notre objet de recherche, à savoir l'utilisation de la fiction dans le design critique, nous pouvons au regard de cette analyse Freudienne de l'angoisse et du sentiment d'inquiétante-étrangeté, nous demander comment un design qui veut susciter des questionnements chez son audience, parvient-il à être efficace si il ne nous donne pas tous les éléments de la composition, de la fiction ?

Prenons un exemple plus concret pour étayer notre propos :

Il s'agit du travail intitulé, *Design for an overpopulated planet : foragers* de Dunne & Raby, commissionné par Design Indaba, qui se définit comme « une plateforme multifacette engagée dans une recherche d'un monde meilleur par la créativité »³⁴, un site internet, un festival, et un *think tank* dont les ambitions sont de questionner l'avenir de l'Afrique et l'impact de la création sur celle-ci. Ce travail a été notamment présenté lors de la Biennale de Saint-Etienne en 2011, dans un des pavillons pour lequel ils ont eu carte blanche quant à ce qu'ils voulaient y présenter et la manière dont ils voulaient le mettre en scène. Il expose alors différents supports pour communiquer sur leur projet d'un monde futur où il n'y aurait plus assez de nourriture pour la population mondiale qui ne cesse de s'accroître, affaiblissant de plus en plus les ressources de notre planète et leur recherche d'une alternative possible, à savoir de s'appareiller de chose qui nous permettrait de digérer ce qui n'est pas la nourriture habituelle des hommes, par une combinaison d'un système de biologie synthétique et d'un nouveau système digestif, nous pourrions nous nourrir de tout ce qu'il y a dans notre environnement, devenant alors des butineurs, *foragers* en anglais.

³⁴ [en ligne] <<http://www.designindaba.com/about-us>>.

Ce travail par son esthétique étrange, dont nous allons parler un peu après, va nous permettre de mieux comprendre l'efficacité ou non d'une composition reposant sur les non-dits. Et nous permettre de questionner la volonté de jouer de l'inquiétante-étrangeté par les praticiens du design critique. Nous utilisons pour analyser ce travail, sans le dissocier de son contexte de présentation un outil d'analyse des objets communicants appris lors du séminaire mené par Annie Gentès à Telecom ParisTech au cours de l'année, pour comprendre comme se fait la fiction dans ce travail.

Niveau technique : Dans l'espace d'exposition sont présentées des photographies, des représentations 3D et des prototypes en PVC, ainsi que du texte en 3D.

Niveau pragmatique : L'attention est organisée dans la mise en scène par ces quatre niveaux de lecture du projet. Ils représentent l'utilisation par une image et la chose matérielle ensemble.

Niveau sémiotique : Le projet prend son sens dans la mise en rapport de la chose matérielle qui ne donne presque aucun indice sur ce qu'elle est et l'image en situation de cette chose, qui elle, est hyper réaliste.

Niveau rhétorique / poétique : La mise en scène met en regard une chose que l'on pourrait qualifier d'OVNI, d'indéfinissable, avec une représentation hyper réaliste de la chose en action. On a d'un côté, l'objet prototype 3D en PVC vert qui repose sur une fiction que l'on pourrait rejeter totalement car incompréhensible par rapport à notre quotidien, et de l'autre, quelque chose représenté avec des codes familiers, une photographie de l'usage, qui nous fait croire à un contexte réel de l'existence de cette chose. Il y a d'un côté une chose extrêmement esthétisée et présentée comme sculpture, et de l'autre, la représentation de LA réalité. Nous faisons exprès de noter LA réalité et non une réalité pour mettre en avant le fait que c'est ce qui est ressenti et non pas forcément ce qui est vrai. Nous sommes dans l'erreur, au sens du faux chez Deleuze dont nous avons parlé précédemment car nous donnons au faux l'image du vrai sans voir qu'il s'agit d'une vérité possible. Le texte n'aide pas à combler le vide qu'il y a entre ce qui est présenté matériellement et ce qui est représenté. Le spectateur ne se pose pas de questions sur le comment on passe d'une chose étrange, non familière à une représentation de cette même chose dans un contexte familier. La fiction s'opère dans les blancs et cela nous paraît naturel.

Niveau culturel / sociologique : Ils font appel à des codes qui sont d'un côté une esthétique du futur, l'objet en 3D, lisse, de couleur

verte, et de l'autre une photo « reportage » de mise en situation d'usage de la chose qui va contredire et amener le familier dans le vraiment non familier de la chose verte.

Niveau idéologique : On peut y voir l'idéologie du transhumanisme, du néo-humanisme, de l'homme qui s'appareille et se modifie pour devenir un sur-Homme.

Nous voyons ici que l'absence de certains éléments de la fiction, perd le regard critique de l'audience puisqu'il lui paraît naturel de passer d'un objet non familier à une image familière de ce même objet, dont nous avons une vision simultanée par la mise en scène de Dunne & Raby. Il nous semble qu'un tel travail demande une médiation qui repose d'avantage sur le comblement des vides pour comprendre le problème soulevé par les designers et se poser la question du « ai-je vraiment envie d'en arriver là ? », plutôt que de se dire que c'est un projet irréaliste, que ce n'est que pure fiction.

Cette manière de procéder est néanmoins totalement assumée et revendiquée par Dunne & Raby, qui écrivent que « à grande échelle le design spéculatif conteste « la réalité officielle » ; c'est une forme de contestation exprimée au travers de propositions de design alternatif. [...] Il lutte pour surmonter le mur qui sépare les rêves et l'imagination de la vie quotidienne, brouillant les distinctions entre le « réel » réel et l'« irréel » réel. »³⁵. Pour eux, c'est dans ce brouillage des pistes et des ponts faits entre le réel vécu et un réel possible qui permet au spectateur de s'approprier d'avantage la fiction et de s'imaginer lui-même dans quel monde cela pourrait arriver. Ils poursuivent en déclarant que « le spectateur devrait être en dilemme : est-ce sérieux ou non ? Réel ou pas ? Pour que le design critique fonctionne les spectateurs ont besoin de faire marcher leur propre esprit. Cela serait très facile à prêcher : l'habile usage de la satire ou de l'ironie peut engager le public par une séduisante et plus constructive façon d'imaginer et aussi d'engager l'intellect. L'humour noir et impassible marche le mieux mais un certain nombre d'absurdité est également nécessaire. Cela aide à résister à une pensée rationnelle et une logique instrumentale qui mènent à une approbation passive ; c'est dérangeant et fait appel à l'imagination. »³⁶. Ils tendent alors d'avantage du côté

³⁵ DUNNE, Anthony, RABY, Fiona. « Speculative everything », dans *Speculative Everything Design, Fiction, and Social Dreaming*. Cambridge, Massachusetts. MIT Press. 2013. Page 160. [Traduit par nos soins de l'anglais : *Large-scale speculative design contest "official reality"; it is a form of dissent expressed through alternative design proposals. [...] It strives to overcome the invisible wall separating dreams and imagination from everyday life, blurring distinctions between the "real" real and the "unreal" real.*].

³⁶ DUNNE, Anthony, RABY, Fiona. « Design as critique », dans *Speculative Everything Design, Fiction, and Social Dreaming*. Cambridge, Massachusetts. MIT Press. 2013. Page 40. [Traduit

de « l'uncanny », sur l'axe familier-non familier dont nous parlait Max Mollon lors de notre entretien.

Cependant, et c'est là une des premières conclusions que nous pourrons faire dans l'écriture de ce mémoire, c'est que bien que le but des différents praticiens du design critique, fiction, spéculatif, soit le même, à savoir de faire émerger des questionnements chez les utilisateurs, spectateurs, la manière d'y parvenir n'est pas la même et certains comme Dunne & Raby s'en éloignent par un trop fort brouillage des ponts fait entre la vérité et une possible vérité. L'étrangement-inquiétant n'est donc pas ce qui est à rechercher par le design critique pour susciter le débat car le manque de raccord entre certains éléments, le manque d'indices sur les raisons du pourquoi on passe de telle chose à une autre perd l'attention critique de l'audience en donnant un caractère totalement naturel, évident, à la chose présentée, qui ne l'est pourtant pas.

par nos soins de l'anglais : *The viewer should experience a dilemma: is it serious or not? Real or not? For a critical design to be successful viewers need to make up their own mind. It would be very easy to preach: skillful use of satire and irony can engage the audience in a more constructive way by appealing to the imagination as well as engaging the intellect. Deadpan and black humor work best but certain amount of absurdity is useful, too. It helps resist streamlined thinking and instrumental logic that leads to passive acceptance; it is disruptive and appeals to the imagination.*].

V L'INDICERNABILITE

LA NATURALISATION ET L'EVIDENCE

Pour mieux comprendre ce qui se passe dans ce système de brouillage des frontières nous retournons voir du côté d'Aristote qui poursuit son analyse du travail du poète et déclare que ce que fait le poète, c'est du mythe (mutos). La fiction étant affaire de composition, ce que nous avons vu précédemment, nous pouvons émettre l'hypothèse que la fiction opérée dans le travail du Dunne & Raby est peut-être une mythification des événements. Pour vérifier cela nous sommes allés voir la définition que propose Roland Barthes dans son analyse du mythe.

Le mythe d'après Roland Barthes, est une parole³⁷. Il est « un système de communication, c'est un message. On voit par là que le mythe ne saurait être un objet, un concept, ou une idée ; c'est un mode de signification, c'est une forme »³⁸. Etant un message, le mythe peut être autre chose qu'une parole orale, il peut être constitué d'écritures ou de représentations, d'images ... Pour comprendre le mythe, il faut comprendre de quoi il est constitué. L'auteur explique que le signifiant du mythe est déjà composé des signes de la langue. Le signe est une unité linguistique constituée d'une partie physique, matérielle, appelée signifiant et d'une partie abstraite, conceptuelle, appelée signifié ; cela constitue le système linguistique, la langue. Or selon Barthes, il y a dans le mythe deux systèmes sémiologiques, emboîtés l'un dans l'autre, celui du langage d'abord, défini par l'auteur comme étant un langage-objet, car c'est de lui que le mythe se saisit pour construire son propre système, qu'il appelle méta-langage, car « il est une seconde langue dans laquelle on parle de la première »³⁹. Ainsi le mythe prend sa source dans le signe (l'image du lion), né lui-même d'un signifiant (le mot lion) et d'un signifié (le lion), mais ne renvoie pas aux mêmes signifiés et signifiants. Le signifiant du mythe sera nommé « forme » par le sémiologue, le signifié restera « le concept » comme dans le premier système du langage-objet, et enfin, au lieu de donner le mot « signe » pour le troisième terme du système du méta-langage et qui est le seul que l'on « consomme ». Barthes préférera celui de « signification », plus

³⁷ BARTHES, Roland. *Mythologies*. 1957. France. Seuil. 2014. Collection Points essais. ISBN 978-2-7578-4175-4

³⁸ BARTHES, Roland. « Le mythe, aujourd'hui » dans *Mythologies*. 1957. France. Seuil. 2014. Collection Points essais. Page 211

³⁹ Ibidem. Page 219

juste du point de vu de la fonction du mythe qui est de désigner et de notifier, « il fait comprendre et il impose. »⁴⁰.

Dans la lecture du mythe, « tout se passe comme si l'image provoquait naturellement le concept, comme si le signifiant fondait le signifié [...] le mythe est une parole excessivement justifiée. »⁴¹. Nous comprenons ici que le mythe a ceci de particulier, et c'est pourquoi il est très puissant, c'est qu'il se fait comprendre naturellement et ne nous fait pas nous poser de questions. Barthes poursuit plus loin en déclarant que « ce qui permet au lecteur de consommer le mythe innocemment, c'est qu'il ne voit pas en lui un système sémiologique, mais un système inductif : là où il n'y a aucune équivalence, il voit une sorte de procès causal : le signifiant et le signifié ont, à ses yeux, des rapports de nature. [...] le consommateur du mythe prend la signification pour un système de faits : le mythe est lu comme un système factuel alors qu'il n'est qu'un système sémiologique. »⁴². Nous saisissons ici que ce qui fait un mythe c'est sa manière de brouiller en sur-justifiant ce qu'il montre pour ne pas montrer ce qu'il ne montre pas.

Le mythe repose sur un système de signes, tiré du langage et dont la signification est naturalisée, c'est-à-dire composée avec vraisemblance, si bien d'ailleurs que l'on prend pour vrai ce qui est présent dans le mythe comme un fait scientifique ou historique.

Le mythe au contraire de l'inquiétante-étrangeté est sur-justifié. C'est parce qu'il brouille le signifiant et le signifié dans un excès de justification que la fiction est naturalisée et que nous perdons notre sens critique. Nous ne sommes plus capables d'identifier que l'image que nous regardons sur la Une de tel ou tel journal ,repose en réalité sur un système sémiologique et prenons pour vrai ce qui nous est présenté sans pouvoir identifier les différents éléments de l'image et donc du message. Il ne s'agit plus de jouer sur les non-dits, tous les éléments de la composition sont présents, cependant c'est en sur-justifiant que le mythe masque ce qu'il ne veut pas dire et oriente vers le message qu'il veut faire passer.

Or, donner au faux la forme du vrai est une erreur comme nous l'avons expliqué plus haut. Quelles réactions peuvent émerger si nous confondons le réel-réel et le réel-imaginaire ? Et qu'est ce qui nous fait tomber dans cette mythification et donc cette naturalisation de la signification par rapport au signifiant et au signifié ? A quoi tient cette sur-justification ?

⁴⁰ Ibidem. Page 221

⁴¹ Ibidem. Page 237

⁴² Ibidem. Page 238-239

LA PASSERELLE NARRATIVE

Suite aux entretiens, nous avons extrait deux passages où les deux designers expliquent que l'histoire est un élément important du travail de design critique pour faire comprendre, pour rendre intelligible la technologie qu'ils veulent, notamment, mettre en question.

M.M. « En fait je me demande s'il y a des objets du design fiction qui ne font pas de *storytelling*. Et je n'en suis pas sûr, parce que en fait à partir du moment où tu fais de la fiction, il faut que tu expliques comment – alors pas forcément – c'est possible que des projets de design fiction qui sont mauvais, dans le sens où, ils n'arrivent pas, de mon point de vu, à faire rentrer les gens dans une pratique critique, à les faire rentrer dans une réflexion. Il n'y a pas de débat derrière. C'est un projet qui laisse indifférent ou qui révolte. Un bon projet c'est un projet qui fait réagir. Et donc l'un des prérequis, c'est cette passerelle entre le familier et le non familier, et c'est le *storytelling* qui la fait et qui t'amène au monde fictionnel.»⁴³.

J.A. : « L'usage est vraiment plus important car vous ne pouvez pas comprendre ou imaginer comment l'usage pourrait arriver, ce processus ne sera jamais atteint. C'est donc toujours et c'est pourquoi avec les histoires, vous pouvez communiquer sur la complexité de ces technologies. Et souvent, quand vous avez affaire avec une technologie en émergence, l'usage et la fonction sont vraiment compliqués car nous n'en avons pas encore fait l'expérience, nous ne sommes pas familiers avec elles, vous devez donc les rendre familières et c'est là l'un des gros enjeux que nous faisons avec ce type de travail. »⁴⁴.

Nous voyons ici que pour les praticiens du design critique, le récit, l'histoire, est un élément important pour faire le pont entre le familier et le non familier dont nous parlions auparavant. L'histoire c'est ce qui va rendre intelligible, pour eux, des technologies complexes, pour nous familiariser avec elles et faire comprendre quels futurs nous pouvons imaginer avec celles-ci. La narration permet alors de justifier pour rendre intelligible et pour convaincre l'audience de la

⁴³ Extrait tiré de la retranscription de l'entretien avec Max Mollon, que nous joignons dans sa totalité en annexe de ce mémoire.

⁴⁴ Extrait tiré de la retranscription de l'entretien avec James Auger, que nous joignons dans sa totalité en annexe de ce mémoire. L'extrait a été traduit de l'anglais : « *The use is very much a part of that, because if you can't understand or imagine how about use would happen that process is never going to be achieved. So that's always, that's why with the stories; you can communicate the complexities of these technologies. And often, when you're dealing with an emerging technology the use and the function are very complicated, because we haven't experienced it yet, we're not familiar with them, and so you have to make them familiar, and now it's one of the bigger challenge of what we do with this kind of work.* »

vraisemblance de ce qui lui est présentée. Nous avons dès lors portée notre attention sur ce que c'est que le récit et surtout sur les effets apportés par la narration.

Il est tout d'abord intéressant de constater que la re-naissance du *storytelling*, autrement dit « art du récit » se soit manifestée dans les années 1990, époque dans laquelle naît également le design critique, design fiction. Née dans les années 1960 aux Etats-Unis, dans la littérature qualifiée de post-moderne, « la pensée narrative s'est propagée à d'autres champs tel que celui des historiens, des juristes, des physiciens, des économistes et des psychologues, qui ont redécouvert le pouvoir qu'ont les histoires de constituer une réalité »⁴⁵ constate Lynn Smith, et poursuit en déclarant que, de nos jours, beaucoup de gens commencent à réaliser que les histoires peuvent avoir des effets réels qui doivent être pris au sérieux.

Cette approche narrative est d'abord apparue dans le champ des sciences humaines, baptisée dans les années 1995 de « narrativist turn », un tournant narratif qui se manifeste ensuite très vite dans les sciences sociales. Christian Salmon fait la remarque dans son livre, *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*⁴⁶, que l'apparition de cette nouvelle approche par le récit coïncide avec l'explosion d'Internet dans les années 1990, tout comme la naissance du design critique, et les avancées des nouvelles techniques d'information et de communication (NTIC) qui selon lui « créent les conditions du « storytelling revival » »⁴⁷ (la renaissance du récit).

Roland Barthes écrit que « sous ses formes presque infinies, le récit est présent de tout temps, dans tous lieux, dans toutes les sociétés ; le récit commence avec l'histoire même de l'humanité ; il n'y a pas, il n'y a jamais eu nulle part aucun peuple sans récit. [...] Toutes les classes, tous les groupes humains ont leurs récits et bien souvent ces récits sont goûtés en commun par des hommes de cultures différentes voire opposées : le récit se moque de la bonne et de la mauvaise littérature : international, transhistorique, transculturel, le récit est là comme la vie. »⁴⁸. Cependant il semble que les années 1990 et les nouvelles sources d'informations qui sont désormais à notre disposition, entraînent avec elles une nouvelle approche des sciences et de la

⁴⁵ SMITH, Lynn. « Not the same old story », *The Los Angeles Times*. Novembre 2001, cité par SALMON, Christian dans *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. 2007. Edition La Découverte. Page 11

⁴⁶ SALMON, Christian dans *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. 2007. Edition La Découverte. 2013. ISBN 978-2-7071-5651-8

⁴⁷ Ibidem. Page 12

⁴⁸ BARTHES, Roland. (dir.), *Introduction à l'analyse structurale du récit*. Seuil. Paris. 1981. Cité par SALMON, Christian dans *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. Op.cit. Page 15

communication en général. Que se passe-t-il alors exactement pour que l'usage du récit, de la narration, devienne un élément majeur de la communication ?

Il nous faut partir du contexte dans lequel s'est déroulé ce tournant narratif. Les années 2000 et l'apparition de ce qu'on appelle les « télé-réalités » comme *Loft Story* en France, ou encore *Big Brother* dans la plupart des pays Européens, ainsi que la croissante montée des séries télé en Amérique et en Europe, marquent un changement dans la société. Christian Salmon écrit que « dans les studios de télé-réalité, comme sur les consoles de jeu vidéo, sur les écrans des téléphones portables et des ordinateurs, de la chambre à coucher jusqu'à l'automobile, la réalité est désormais enveloppée d'un filet narratif qui filtre les perceptions et stimule les émotions utiles. »⁴⁹. La fin de la citation nous semble importante pour comprendre les raisons du « storytelling revival ». Depuis les années 2000 et toujours aujourd'hui, l'art du récit met en place « des engrenages narratifs, suivant lesquels les individus sont conduits à s'identifier à des modèles et à se conformer à des protocoles. »⁵⁰. On découvre alors à quel point le récit est un puissant outil de contrôle pour faire adhérer à un point de vue une majorité d'individus puisqu'il utilise comme moyen de transmission les médias de masse. C'est la diffusion massive permise par ce que l'on appelle les nouveaux médias qui va faire pousser dans le monde cette manière de communiquer, notamment dans la publicité, le marketing, et la politique. Christian Salmon constate que désormais nous ne consommons plus des marques, mais les histoires de ces marques. Une entreprise qui ne nous raconte pas *son* histoire ne nous fait pas adhérer à ce qu'elle commercialise. Nous sommes embarqués depuis les années 2000 dans une consommation d'histoires, qui expliquent et persuadent.

Nous pouvons alors faire l'hypothèse que l'art du récit, le *storytelling*, est l'outil même du mythe analysé par Barthes comme étant un message sur-justifié. Nous nous demandons si la narration est le moyen de justifier à l'excès un message pour qu'il puisse être naturellement admis dans la société.

Pour vérifier cela, nous prenons l'exemple du nouveau spot publicitaire de GDF SUEZ, qui annonce un changement de nom. Pour nous faire adhérer à ce nouveau nom, la publicité nous montre qu'il s'agit d'une évolution naturelle et non d'une modification radicale en mettant en récit « le monde d'aujourd'hui ».

⁴⁹ Ibidem. Page 16

⁵⁰ Ibidem. Page 17

Nous avons retranscrit le texte en voix-off du spot et proposons par la suite d'en faire l'analyse avec le même outil méthodologique que celui utilisé dans l'étude du travail *Design for an overpopulated planet : foragers*, Dunne & Raby.

« Vous avez remarqué, comme petit à petit, le monde change ? Les contacts sont maintenant des amis ; les rues, des galeries. Des inconnus sont maintenant vos partenaires ; et l'excentricité, une normalité. Le noir est maintenant presque vert ; les robots, des compagnons. Le ciel est maintenant un terrain de jeu ; l'information des hashtags. Le numérique est maintenant physique ; notre anatomie, une technologie. Et nulle part, une destination. Chacun de nous, une source d'énergie. Et GDF SUEZ est maintenant, ENGIE, car le monde change, et avec lui toutes nos énergies. »⁵¹.

Niveau technique : Il s'agit d'un spot publicitaire vidéo d'une durée d'une minute trente-huit secondes. Un montage de plusieurs plans a été opéré. Il y a la présence d'une voix-off qui parle en même temps que les images défilent.

Niveau pragmatique : La voix-off semble s'adresser à nous, en particulier, et nous raconter une histoire.

Niveau sémiotique : L'histoire racontée et les images corrélées sont des messages que l'on pourrait qualifier de mythe car ils sont naturalisés par le récit lui-même et par les codes de la société en réalité, en prenant des signes symboliques. Par exemple, pour la phrase « l'excentricité, une normalité », le spot montre l'image d'un homme tatoué avec une grosse barbe, ce qui représenterait l'excentricité, et la normalité est représentée par le bébé que l'homme porte. Le plan est mis en scène dans le contexte de la vie quotidienne, les transports en communs, où toutes les générations se rencontrent et pour appuyer encore d'avantage sur la normalité de l'excentricité, on nous montre une personne âgée qui regarde d'abord les tatouages, puis sourit quand elle voit le bébé. Les images ne sont alors que des illustrations de ce que nous raconte la voix, un peu comme dans les livres d'enfants où les images ne nous disent rien de plus que ce que l'histoire raconte.

Niveau rhétorique / poétique : On commence par nous parler de changement. Puis on fait le constat en énumérant des situations symboliques de ce changement. Du point de vu de la structure du texte on peut retrouver un rythme binaire : les phrases sont toutes composées de deux parties. Une première qui insiste sur le maintenant

⁵¹ Retranscription faite par nos soins du texte oral du spot publicitaire de ENGIE, (anciennement GDF SUEZ) diffusé pour la première fois en mai 2015 à la télévision française. Disponible sur le Web : < <https://www.youtube.com/watch?v=YKkGb1XbkAs> >. Vidéo visionnée le 20 mai 2015

et est composée du sujet, verbe, complément... suivie d'une deuxième partie qui, elle, semble insister sur l'évidence du symbole plus que sur le signifié. Et cela se répète jusqu'à la conclusion, qui nous englobe tous, sans différence, et nous dit que c'est parce que le monde change, nous, notre environnement, notre quotidien ... que l'énergie change (le produit vendu) et par conséquent il est naturel d'évoluer avec ce changement. Le discours semble être comme une évidence pour l'audience.

Niveau culturel / sociologique : Cela est légitimé par le récit raconté à l'oral. La voix-off semble faire le point sur ce qui se passe autour de nous et vouloir nous le raconter, à nous spécifiquement, derrière notre écran de télévision. Le discours nous englobe parmi les acteurs du changement dont le spot parle.

Niveau idéologique : « le changement c'est maintenant » ou l'idéologie de la transparence où tout doit être communiqué dans un souci de légitimité.

L'entreprise nous communique alors au travers de ce spot publicitaire qu'elle change et que c'est naturel. Elle ne nous vend plus de l'énergie, mais son histoire. Nous n'avons pas l'impression qu'il s'agit d'une publicité qui fait la promotion de l'entreprise mais qu'il s'agit d'un spot de médiation sur les raisons du changement de nom qui a été décidé par l'entreprise. Et c'est grâce à l'histoire constituée, mise en mot, et mise en image que cela est efficace. Efficace pour faire adhérer naturellement l'audience, ici nous pouvons parler de clients, à l'histoire.

C'est par la justification excessivement opérée dans la vidéo que l'audience accepte, sans se poser de questions, ce changement. La narration devient alors un véritable outil de persuasion, qui, par le biais des nouveaux médias, embrasse massivement les audiences.

Cette démonstration nous permet de tirer une nouvelle conclusion essentielle pour comprendre ce qui se joue dans l'usage de la fiction dans le design critique. En effet, les designers qui pratiquent ce type de design dans le but de susciter du débat cherchent la mesure du familier et du non familier. Certains penchent du côté de l'inquiétante-étrangeté, qui, nous l'avons vu précédemment n'est pas la bonne manière de procéder pour faire surgir du débat puisque l'audience n'est pas capable d'identifier la passerelle faites entre le réel-réel et le réel-imaginaire, et surtout le pourquoi ça n'est pas identifiable. D'autres, et c'est ce que nous avons essayé de comprendre ici, tendent vers la mythification des événements par l'emploi de la narration, qui selon eux aident à la compréhension de la fiction. C'est en sur-justifiant par le récit le fait qu'un tel événement pourrait arriver, comment telle technologie pourrait fonctionner dans notre quotidien futur, que les

designers se retrouve à orienter le regard et à faire du mythe, au sens de l'analyse qu'en fait Roland Barthes, sa fonction est de faire comprendre et d'imposer. De rendre intelligible et de persuader. Il y a de nouveau un problème du pourquoi. Nous ne sommes pas capables, quand nous sommes face à un phénomène mythifié et, encore moins face à des non-dits, de se verbaliser ni de se symboliser pourquoi ce n'est qu'un système sémiologique pour le mythe et pourquoi il n'y a un lien entre tel et tel événement.

Nous avons vu au début que, pour Julian Bleecker, le design fiction doit donner les clés, les indices, pour qu'un débat puisse avoir lieu. Que cela se fait formellement et non verbalement car les mots manquent parfois selon lui de suffisamment de nuances pour dire ce que l'on pense. Comment dès lors un design qui ferait de la critique son objet, pourrait-il être pleinement efficace ? En cela que l'efficacité d'un tel design repose sur la capacité que l'audience a de se poser des questions elle-même et non de n'être qu'observatrice d'une fiction pure qui dérange..... Ou encore de se dire « ah oui, je pourrais bientôt avoir ça chez moi ? Ah, pourquoi pas ? ». d'être crédule et de ne pas voir qu'il y a un message qui se cache derrière une familiarisation du non-familier, montrée à l'état de nature, d'évidence, et qui cacherait contre son gré, les clés, les indices du débat.

VI LA DISTANCIATION

DE LA CATHARSIS

Pour comprendre cela, nous retournons alors de nouveau voir du côté de la Poétique d'Aristote pour comprendre quelles étaient les vertus du mythe, et donc de la fiction comme il l'a défini. Pour lui la fiction relève de la catharsis, qui peut être traduite par le terme médical de « purgation ». Il s'agit de se décharger d'un état de l'âme qui fait souffrir et que l'on ne peut ni contenir, ni retenir. La fiction, parce qu'elle est une mythification des événements doit alors susciter chez le spectateur un sentiment de crainte ou de pitié.

« [...] cette imitation, réalisée par des personnages en action et non au moyen d'un récit, en suscitant la pitié et la crainte, opère la purgation (catharsis) propre à de telles émotions. »⁵².

Nous voyons ici que la catharsis ne doit selon lui pas se faire dans une mise en récit. Il considère l'histoire comme étant l'agencement des éléments factuels, il s'agit donc de la fiction en cela qu'elle est une composition des faits. Nous constatons alors que l'évolution du monde depuis Aristote a entraîné une modification de la manière de communiquer. C'est l'agencement des faits historiques qui va provoquer ce qu'il appelle la reconnaissance, qu'il définit comme étant un passage de l'ignorance à la connaissance, qui amène à l'amour ou la haine de ceux qui sont voués au bonheur ou au malheur. ». La reconnaissance est selon lui, l'un des éléments principaux de ce qui constitue la fiction. Or c'est ce que va critiquer Brecht dans ses *Ecrits sur le théâtre*, et notamment dans le chapitre intitulé « La Dramaturgie non aristotélicienne ». Il constate que nous n'avons plus le même rapport à la fiction aujourd'hui, et qu'il faut remettre en question la pensée de l'imitation d'Aristote. Brecht observe que nous avons dû renoncer à l'identification à cause de l'avancé du capitalisme, et de l'individualisation des hommes dans la société contemporaine. Il n'est alors plus possible de proposer des fictions qui reposent sur l'identification. Aristote donnant aux actions des acteurs un rôle prépondérant dans le processus d'identification, qui amènent le spectateur à se reconnaître dans le personnage, et dans les choix qu'il va opérer est qualifié par Brecht comme étant de l'hypnose. Prenant appui sur ce qu'en disent les psychologues, il écrit que « l'hypnose échoue

⁵² ARISTOTE. *Poétique*. Traduit du grec par Odette BELLEVUE et Séverine AUFFRET. Première édition en 1997, Editions Milles et une nuits, 2006. ISBN 978-2-84205-117-4. Page 17

devant les inhibitions morales »⁵³ et poursuit en expliquant qu'il est plus facile de faire trouver un goût sucré à un citron à quelqu'un, que de lui faire accomplir un crime. « Il faut croire que les masses ne peuvent pas accomplir sans autre forme de procès une révolution en état d'hypnose »⁵⁴ conclut-il. Pour Brecht enfin, « une représentation qui renonce largement à l'identification permettra au spectateur de prendre parti sur la base des intérêts qu'il aura reconnus pour siens, et cette prise de parti réconciliera l'affectivité et l'esprit critique. ». ⁵⁵ Il faut donc que la fiction, pour soutenir l'esprit critique des spectateurs, ne s'opère plus dans l'identification, puisque c'est peine perdue et tendre vers autre chose. Qu'elle est cette chose ?

« Resterait l'autre issue : un drame qui n'aurait pas besoin d'être cru. Il n'a bien entendu aucunement besoin d'être incroyable, absolument fantastique, de n'avoir rien à voir avec la vérité. De fait, il devrait être simplement un drame qui ne s'adresse pas particulièrement à la croyance du spectateur ni n'en dépend. Un drame qui compte avec la critique de son public et fait appel à cette critique. ⁵⁶».

Brecht considère alors le théâtre comme une forme d'expression publique, qui prétend soumettre les opinions qu'il exprime aux critiques, c'est-à-dire de ne plus exiger des spectateurs d'accepter les yeux fermés ce qui se passe, et surtout de renoncer à toutes formes de fiction qui amène le spectateur à fermer les yeux. Il s'agit donc pour lui de tendre vers une forme de fiction qui puisse, non pas s'adresser à la croyance des spectateurs, et d'en dépendre, une fiction qui n'aurait alors rien à voir avec *la* vérité, qui repose sur la critique de son public et fait appel à cette critique.

Il cherche alors quels seront les moyens de cette nouvelle forme de fiction, et constate lors de son analyse du théâtre expérimentale européen que « les chocs nerveux provoqués par le jeu émotionnel ont compromis de plus en plus la valeur didactique de la représentation. [...] En d'autres termes : plus le public était empoigné nerveusement, moins il était en état d'apprendre. Je veux dire que plus nous amenions le public à « marcher », à participer, à s'identifier, moins il voyait l'enchaînement des causes et des effets, moins il apprenait »⁵⁷. On comprend alors, et c'est ce qui se passe également dans l'inquiétante-étrangeté, que plus on est pris dans ses sentiments

⁵³ BRECHT, Bertold. (1932-1951) « La Dramaturgie non aristotélicienne » dans *Ecrits sur le théâtre*. Traduit par DELFEL, Guy, TAILLEUR, Jean et VALENTIN, Jean-Marie. N° 94666. Editions Gallimard. 2000. Collection « Bibliothèque de la Pléiade ». ISBN : 2-07-011661-1.

Page 261

⁵⁴ Ibidem. Page 261

⁵⁵ Ibidem. Page 265

⁵⁶ Ibidem. Page 268

⁵⁷ Ibidem. Page 319

angoissants, traumatiques, moins on est capable de nous formuler ce qui s'est passé. Il faut donc pour lui se défaire de la *catharsis* aristotélicienne, qui veut susciter la pitié, mais surtout la crainte. Il ne faut pas que ce soit ce genre d'émotion que la fiction cause. C'est d'ailleurs le constat que fait aussi James Augers, en citant Slavoj Zizek qui dit que « si les choses deviennent trop traumatisante, trop violente, ou trop emplies de joie, cela brise notre conception de notre réalité. Il faut la fonctionnaliser. ».⁵⁸ La fiction deviendrait alors un moyen d'être plus neutre au regard de ce qui se passe dans le monde.

POUR HISTORICISER

Brecht se demande alors par quoi remplacer la crainte, et la pitié, sur quoi repose la catharsis et l'identification, et propose le concept de distanciation. Pour lui, distancier c'est enlever le caractère d'évidence à un événement, un phénomène, et ainsi faire naître, au lieu de la crainte et de la pitié, de la curiosité et de l'étonnement. Il poursuit en déclarant qu'il faut présenter les choses comme n'allant pas de soi. Il prend l'exemple de la colère chez Lear. Présentée sous le mode de l'identification aristotélicienne, cette colère apparaît au spectateur comme naturelle, et alors celui-ci n'est pas capable d'imaginer une autre réaction possible. Or en le présentant sous le mode de la distanciation, la colère doit apparaître comme étonnante, et singulière. On lui enlève son caractère d'évidence, et d'universalité, pour la contextualiser. En effet, tout le monde ne réagirait pas de la même manière face à tel ou tel événement. Il faut donc donner selon lui les indices sur le pourquoi le personnage a cette réaction. Il écrit alors que « distancier, c'est donc « historiciser » ».⁵⁹ Il faut présenter les éléments de contexte comme étant éphémères et dont les réactions provoquées sont liées à une époque.

Le profit que l'on retire alors d'une cette façon de mettre en fiction, est que les spectateurs ne voient plus dans les personnages, leurs actions et réactions, les événements, un caractère interchangeable, mais bien que ceux-ci sont déterminés par un contexte : « Il voit [le spectateur] que, pris en particulier, un homme est tel et tel parce que les rapports sociaux sont tels et tels. Et que les rapports sociaux sont tels et

⁵⁸ ZIZEK, Slavoj. *The Pervet's Guide to Cinema*. 2006. Cité par AUGER, James dans « Speculative Design : Criteria and motivations » dans la revue *Kunstlicht*. Pays-Bas. 2014. [Traduit par nos soins de l'anglais : « if something gets too traumatic , too violent, even too filled in with enjoyment, it shatters the coordinates of our reality - we have to fictionalise it. »]

⁵⁹ Op.cit. BRECHT. Page 326

tels parce que cet homme est tel et tel. »⁶⁰. On voit ainsi que cet approche de la fiction, par la distanciation, permet d'avantage d'avoir un retour critique autonome du spectateur, qui ne rejette pas la fiction comme pure irréalité, ou encore parce qu'elle lui inspire de la souffrance. Nous sommes dans une vision plus neutre dans laquelle chacun peut tirer ses propres conclusions parce que tous les éléments de la fiction sont indentifiables, parce qu'historicisés.

Nous ne sommes dès lors plus dans une fiction qui repose sur les non-dits, ni qui repose sur le mythe, et encore moins sur un *storytelling* qui opèrent tous dans l'erreur, en cela qu'ils reposent sur une naturalisation des faits, un caractère d'évidence, qui nous l'avons déjà dit, n'est pas ce qui est à rechercher pour le design critique, car cela ne permet pas de formuler de manière autonome des questionnements.

Nous nous demandons alors s'il existe des traces de cette approche dans le design critique. Pour cela nous revenons sur l'entretien que nous avons fait avec Max Mollon, qui dit qu'il « distingue, conception de l'objet, communication de l'objet, et médiation de l'objet plus tard, parce que communiquer, c'est-à-dire, faire le petit texte qui va autour, faire les photos qui amènent du familier, ça veut pas encore dire que tu es en train de le montrer à d'autres, tu es juste en train de faire la communication de l'objet, après le montrer à d'autre, c'est mettre ça dans un endroit spécifique, propice, avec une certaines audiences. Ce n'est pas la même chose si tu le mets à la Cité des Sciences qu'au MoMA. La Cité des Sciences, elle nous montre les sciences en train de se faire alors que le MoMA, il montre des artistes. Ça nous dit des choses totalement différentes. »⁶¹. Il faut effectivement trouver la juste mesure entre le familier et le non familier dans le travail du design critique, car les objets que les designers proposent parlent de technologies complexes, qu'il faut nécessairement rendre intelligible. Cependant, ce que nous dit Max Mollon, c'est qu'il ne faut pas confondre communiquer sur le devenir possible de ces technologies, et en faire la médiation auprès d'une audience. C'est à partir de cela que nous pouvons émettre notre dernière conclusion.

⁶⁰ Ibidem. Page 326-327

⁶¹ Extrait tiré de la retranscription de l'entretien avec Max Mollon, que nous joignons dans sa totalité en annexe de ce mémoire.

CONCLUSION

Comme nous l'avons dit dans l'introduction, le design critique a besoin d'une audience pour exister, or cette audience se résume la plus part du temps à une élite qui se retrouve dans les musées et les galeries. Cependant, l'ambition qui nous semble pertinente du design critique c'est de vouloir s'adresser aux utilisateurs de ces futures technologies, comme des « consommateurs-citoyens » et plus comme de simple consommateurs passifs. Nous proposons donc l'hypothèse suivante, que c'est dans la communication des travaux de design critique qu'il y a un manque de distanciation. En effet, et cela changera peut-être puisqu'il s'agit d'une pratique qui se cherche encore, nous constatons que la majorité des projets ne sont pas efficaces, au sens de susciter du débat, car la communication ne permet pas de repérer les éléments de la fiction. La communication, voulant jouer sur la vraisemblance, et donc l'adhésion évidente que le futur ressemblera à ça, au lieu de montrer que le futur pourrait ressembler à ça, ne permet pas de se distancier de la fiction même de l'objet.

Il faut donc que les designers se posent d'avantage la question du contexte dans lequel se joue la fiction, qu'ils donnent toutes les clés historiques, sociales et autres, pour que l'audience puisse comprendre dans quelles mesure cela peut arriver, et non pas cela va arriver. La distanciation est donc pour nous un moyen de souligner les possibles, et non plus un possible, de ne plus être dans l'erreur, mais de comprendre qu'il s'agit d'une vérité parmi tant d'autres, que nous serions dès lors capable d'imaginer, et non de la vérité. Et cela commence par le contexte même dans lequel s'insère le design critique. En étant présenté dans les musées ou les galeries, notre regard est pré-formaté, souvent à une contemplation esthétique, à aimer ou rejeté telle ou telle pièce d'art présenté. Or en imaginant un autre lieu pour le design critique peut-être parviendrons nous à nous distancier d'avantage, en se séparant d'un contexte qui n'est pas celui des objets du design critique.

Il nous semble alors que le design fiction, critique, spéculatif, en évolution, commence à tendre vers cela, quand on commence à parler de médiation, d'identifier son audience, d'identifier le lieu dans lequel va exister le travail, de l'historicité, au sens Brechtien, de l'existence de tel ou tel objet dont la fonction est de susciter des questionnements, nous l'avons dit plusieurs fois, de manière autonome de la part de l'audience à laquelle il se destine. Nous pouvons tendre vers cela en pensant d'avantage à qui on s'adresse, pour quelles raisons on s'adresse à ces

personnes, et surtout en faire le mettre en forme dans la conception du design critique. Il faut que l'audience et le lieu soit d'avantage investi dans le travail pour que le débat puisse émerger de l'audience elle-même. C'est ce vers quoi veux tendre selon Max Mollon, la deuxième vague du design critique, qui justement est critique quant à la première vague du Royal College of Art.

Nous laissons alors la question ouverte, car, et cela n'a pas rendu la tâche facile pour la rédaction de ce mémoire, le design critique est une pratique autorisée encore très immature et qui se cherche encore. Nous voulons soutenir un design qui met en forme des problèmes, mais mettons en garde sur l'usage de la fiction, et sur la manière de vouloir faire émerger les débats. Si c'est par la peur, cela ne pourrait rien faire de constructif, si cela repose trop sur la narration, l'imaginaire englouti l'audience, qui ne peut pas forcément discerner pourquoi un tel message lui est adressé. Or nous l'avons vu un message, et dans le cas du design critique, il s'agit de rendre intelligible le possible du message, s'il les causes et les effets ne sont pas identifiable par l'audience alors il n'a aucune efficacité. Il faut alors faire attention à ce que nous voulons susciter comme réaction, en inscrivant le message dans un contexte fictionnel dont les qualités sont de montrer pourquoi une telle chose arrive à tel moment, pour que l'audience puisse se positionner et se demander comment elle aurait pu réagir si cela lui était arrivé.

UN CAS A DISTANCIER

A woman with long brown hair is sleeping peacefully on a bed with a white pillow and a red and white striped blanket. She is wearing a white t-shirt and a smartwatch on her left wrist. The watch face is white with a simple black outline. The background is a solid dark brown color.

UNDER

UN IMPLANT QUI VOUS VEUT DU BIEN.

UN TRAVAIL A QUESTIONNER

Nous avons participé au cours de l'année à un workshop, à L'ENSCI, dans lequel il était question de dystopie.

La demande était de penser à une chose qui pourrait arriver dans les 10-20 ans à venir, de le concevoir formellement, comme du design classique, puis d'en penser les retours négatifs.

Le travail que nous allons vous présenter a été réalisé en groupe, constitué de Joséphine COUTANT, Layla JAFAR, Delphine MARTIN, Floriane PIC et nous-même. Il nous a été au départ assez difficile de trouver un monde fictionnel dans lequel nous inscrire au nom du design. Soit nous étions beaucoup trop loin dans le futur et alors nous rejetions toutes nos idées car il fallait quand même que l'audience puisse y croire.

Nous nous sommes finalement arrêtées sur la question de l'implant. Etant un objet très invasif car sous-cutané nous avons proposé un design qui soit le plus séduisant possible, en essayant le plus possible de se rapprocher du bijou, ou encore du tatouage. L'implant serait positionné sous la première couche de l'épiderme pour qu'en transparence nous puissions voir les petites LEDs qui dessine un motif et qui bouge en fonction de nos mouvements.

L'implant est relié à une interface numérique que l'on peut ouvrir sur son *smartphone* ou sur son ordinateur et ainsi acheter, installer, ou désinstaller des applications comme par exemple le réveil intelligent, le self-quantified, un système de paiement intégré ...

Nous avons dans le même temps réalisé des Unes et des articles de journaux populaires français, dans lequel il serait probable de trouver des articles sur les nouvelles technologies, et les avancés scientifiques pour faire vivre notre objet dans un monde vraisemblable.

Enfin nous avons réalisé un faux-forum de discussion autour de l'arrivée dans le quotidien de l'implant « UNDER », dans lequel nous avons montré quels débats pouvaient s'articuler autour d'un tel objet. La vision dystopique est alors mise en récit dans le témoignage de personnes qui se sont déjà fait implanter une puce, et qui parlent de leurs expériences, positives ou négatives.

Nous avons imaginé de multiple scénario dont voici quelques exemples :

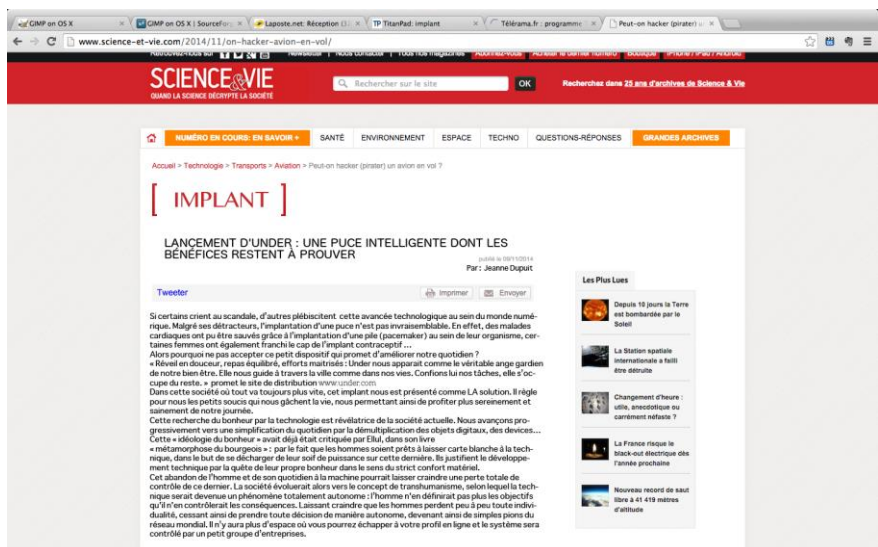
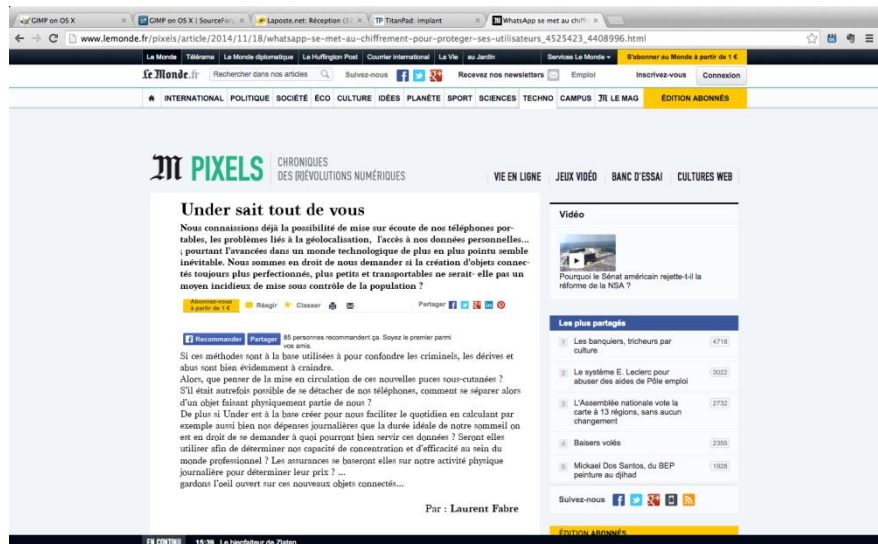
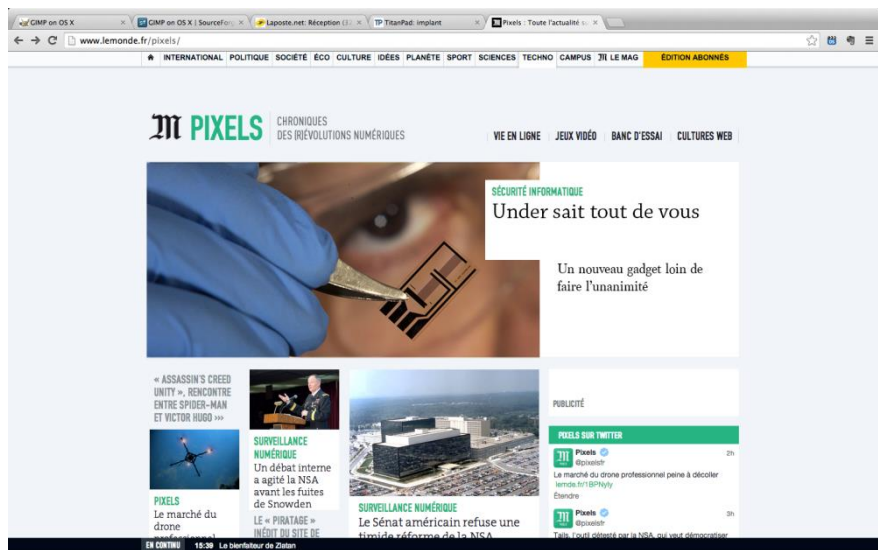
-Le reveil-intelligent est un réveil une application qui existe déjà sur les *smartphones*. Il est censé nous réveiller au bon moment de notre sommeil, c'est-à-dire entre deux phases de sommeils pour être en meilleure forme. Cela fonctionne avec un capteur, qui détermine les phases de sommeil dans lesquelles nous sommes grâce à nos mouvements. Or imaginons un moment que l'application implantée estime que vous n'avez pas assez dormi et ne vous réveille pas, alors que vous aviez une réunion capitale ce matin même !!! Ou encore que les informations sur votre sommeil soit revendues à votre patron, qui voit que vous ne dormez que 4 heures par nuit, et se dise que vous pouvez, par conséquent, travailler d'avantage.

Ou encore :

-Les applications de self-quantified qui détermine le taux de graisse, le taux de sucre ... votre condition cardiaque, et tout plein d'autres choses qui donnent une idée de votre santé physique. Qu'advierait-il si les assurances refusais de vous assurer car vous avez un comportement trop à risque. Comment la société pourrait-elle servir de nos données personnelles pour son propre bénéfice ?

Cependant, au regard de nos recherches sur le rôle que joue la fiction dans le design critique, et surtout ce qu'elle peut enlever de critique au design, nous constatons que le projet est à revoir suivant les conclusions que nous avons pu tirer dans l'écriture de ce mémoire. Lors de la soutenance nous tenterons de repenser le projet en le distanciant, en le montrant comme n'allant pas de soi, et donc en essayant moins de le naturaliser par le récit, d'en faire un mythe, une signification dont nous ne sommes pas capable de voir les signifiés et signifiants. Les causes et les effets pour qu'une telle fiction ait lieu à ce moment-là. Questionner le « ça existe », pour en faire « ça pourrait exister dans tel monde, parce telle chose peut causer cela ... ». Pour avoir ce que Benjamin appelait une plus haute conscience, et non plus seulement une conscience qui amortie les chocs, les traumatismes, qui nous permettrait ainsi de formuler pourquoi nous voulons ou pas de cela.

LE CA EXISTE DE NOTRE OBJET A DISTANCIER.



BIBLIOGRAPHIE

WEBOGRAPHIE

BIBLIOGRAPHIE

ARISTOTE. *Poétique*. Traduit du grec par Odette BELLEVUE et Séverine AUFFRET. Première édition en 1997, Editions Milles et une nuits, 2006. ISBN 978-2-84205-117-4

BARTHES, Roland. *Critique et vérité*. France. Seuil. 1999. [la première édition de l'ouvrage a été publiée dans la collection « Tel Quel ». (ISBN 2-2-001931-0)]. ISBN 978-2-02-038180-2

BARTHES, Roland, *Introduction à l'analyse structurale du récit*. Seuil. Paris. 1981.

BARTHES, Roland. *Mythologies*. 1957. France. Seuil. 2014. Collection Points essais. ISBN 978-2-7578-4175-4

BRANZI, Andréa. *Branzi (dir.), No-Stop City*. ISBN 2-910385-39-6

BRECHT, Bertold. (1932-1951) « La Dramaturgie non aristotélicienne » dans *Ecrits sur le théâtre*. Traduit par DELFEL, Guy, TAILLEUR, Jean et VALENTIN, Jean-Marie. N° 94666. Editions Gallimard. 2000. Collection « Bibliothèque de la Pléiade ». ISBN : 2-07-011661-1.

DUNNE, Anthony, **RABY**, Fiona. *Speculative Everything. Design, Fiction, and Social Dreaming*, Cambridge, Massachusetts. MIT Press. 2013. ISBN 978-0-262-01984-2.

ECO, Umberto. *L'opera operata* (1962), trad. *L'Œuvre ouverte*, Paris. Seuil. 1979

FREUD, Sigmund. *Das Unheimliche*. Traduit par « *Inquiétante étrangeté* », publié en français par les éditions Gallimard. 1988. Collection Folio essais. ISBN 978-2-070-32467-5

HUYGHE, Pierre-Damien, *A quoi tient le design*. De l'incidence éditeur. Décembre 2014. ISBN 978-2-918193-23-4

MUNARI, Bruno. *L'art du design*. Editions PYRAMID NTV. 2012. Collection T. ISBN 978-2-35017-267-5

QUINZ, Emanuele. *Strange Design Du design des objets au design des comportements*, sous la direction de DAUTREY Jehanne et QUINZ Emanuele. Août 2014. It : éditions. ISBN 978 2 917053 18 8.

RANCIERE, Jacques. « S'il faut en conclure que l'histoire est une fiction. Des modes de la fiction » dans *Le partage du sensible esthétique et politique*. La Fabrique-éditions. 2000. ISBN 978-2 913372 05 4

SALMON, Christian dans *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. 2007. Edition La Découverte. 2013. ISBN 978-2-7071-5651-8

SMITH, Lynn. « Not the same old story », dans *The Los Angeles Times*. Novembre 2001

UEXKÜLL, Von, Jacob. *Milieu animal et milieu humain*. (1956). Traduit de l'allemand et annoté par Charles MARTIN-FREVILLE. Editions Payot & Rivage. 2010. ISBN 978-2-7436-2081-3

WEBOGRAPHIE

BLEECKER, Julian. Design Fiction. A short essay on design, science, fact and fiction.[PDF en ligne] Near Futur Laboratory. Mars 2009. Consulté en février 2015.Disponible sur le Web :

<http://drbfw5wfjlxon.cloudfront.net/writing/DesignFiction_WebEdition.pdf>.

DELEUZE, Gilles. La voix de Gilles Deleuze [en ligne]. Université de Paris 8. Novembre 1983-Juin 1984. Cinéma / vérité et temps, la puissance du faux. [Cours n°45 à 66]. Disponible sur le Web : < http://www2.univ-paris8.fr/deleuze/rubrique.php?id_rubrique=11 >. Consulté en Octobre 2014

NORMAN, Donald. « Affordances, Conventions and Design » [Article en ligne]. Publié dans la revue Interactions. vol VI.3. Mai-Juin. 1999. Pages 38-42. PDF consulté en décembre 2014. Disponible sur le web
<https://diuf.unifr.ch/pai/education/2004_2005/courses/uc2/Cours%202/Exo_2_UC2_06_Bus_affordance/Norman-Affordance&Conventions.pdf>

ANNEXES

ENTRETIENS

Nous avons fait 2 entretiens qui ont permis de comprendre d'avantage ce qu'était cette nouvelle pratique. Seulement 2 car il s'agit, comme nous l'avons déjà mentionné dans le mémoire, d'une pratique qui se cherche encore, et que peu de personne pratique. Il nous faudrait donc continuer à explorer dans ce champ pour pouvoir compléter les hypothèses que nous avons formulées.

Nous avons finalement décidé, après avoir longuement réfléchi, de ne pas rendre anonyme les entretiens. La question s'est posée suite à l'entretien avec Max Mollon, qui a été embêté par le fait qu'une des réponses qu'il allait me fournir constituait le sujet d'un article qu'il voulait rédiger.

Nous constatons donc qu'il s'agit d'une pratique qui, selon les acteurs de celles-ci, ne peut se détacher de la théorie, et la manière qu'ont chacun d'eux d'en parler. C'est pourquoi il nous a été d'ailleurs difficile de rédiger ce mémoire, car étant une pratique qui se cherche encore nous relevons le fait que dans le fond ils font tous la même chose, mais dans les moyens, les outils, et la forme les travaux n'ont rien à voir les uns avec les autres d'un point de vu que nous avons essayé d'avoir, à savoir de la fiction.

Nous remercions à nouveau James Auger, et Max Mollon pour le temps qu'ils nous ont accordé.

RETRANSCRIPTIONFAITE DE L'ENTRETIEN AVEC JAMES AUGER.

L'entretien s'est déroulé sur SKYPE, le 22/04/2015, est a duré environs 1 heure.

La retranscription a été faite par nos soins, et a été corrigé et complétée par Chloé Rotrou, Etudiante au Centre-Michel Serre.

So first, how do you define yourself in this type of design ?

J.A : “ Definitely a designer. It’s a question that is asked quite often, but for me it’s quite clear. I can understand how because of the nature of the artefacts and the fact that the objects that we make are not for sale and people can’t buy them, so people might confuse the work with art, particularly as often things are exhibited in galleries but the methodology is pure design. It’s still assembling elements in such a ways to create a useful object that can hypothetically be used by people. It’s just the rules and the constraints that lead to the object it’s different to the ones in the market place. That’s the only difference; it’s really just employing a slightly different methodology to mainstream design, but the sense for matters is actually the same.”

Would you tell me more about your practice, I mean what is your approach, your methodology?

J.A : “ Yes, as I said it’s just stepping away from the rules and the constraints that exist in normal design sense. I often use stories in the essay but if you think about Charles Eames’ description of design which is a plan for arranging elements to accomplish a particular purpose. This is a very general description of design. My approach, the elements are elements that might not exist yet in a normal sense so it’s not maybe a lack of wood or some die cast aluminum or existing electronic elements fact, its stuff that existing in the normal design sense but we do a lot of work with emerging technology, so this is technology that aren't mature yet, they are not readily available, and this is part of the process so experimenting with really new elements to see what future products might be like. So this is why it’s really as about design; it’s also must like when the explorers first discovered the New World and brought back very very new herbs and spices, you could imagine the shapes of the day being very exciting to think about the new types of food they might be able to create, new tastes, new flavors...

It’s the similar kind of thing with design I think. And in that, we can really start to explore and have a better understanding of what near future life might be like. And the second part is the constraints and the rules are slightly different. So in my opinion, mainstream design is extremely

conservative. There's a reason for that. I'm just like in, as in nature, the natural organism; every single organism evolves through time in tiny steps, lots of little steps. A new bravery rarely, you never get the very radical brand new organism looks like nothing that we haven't seen it before. Things change enormously out off a long periods of time, but we never see those big steps because we're used to looking at one generation at a time. And you see the same thing with products - mobile telephone if you compare the modern smartphone with a landline of the 1970^{'s} they look very different and they behave very differently. You don't get this bigger lead from the landline to the mobile, to the smart mobile phone. You've got lots of little steps year on year on year, and because it's just a little step at a time as in nature we get no radical new product so we're re-reading a product that challenges our expectations in what products could be. So for example the computer you probably have in front of you still uses the keyboard from an old fashion typewriter which was basically developed with that particular keyboard layout because of the mechanics of the keys and they're not jamming up based on the frequency of use, the same with cameras, digital cameras being based on old system of mechanical cameras ... It's every single product you look at, at many ages.

The market is also great conservative, so they don't want to make radical steps because this scared and nobody would buy. This form of design we can really step out of this, this path way because this is no saying that the product we've developed 100 years ago or 15 years ago are the best they could be. The market is also really optimistic assuming every product is good for us, it makes us happy, it makes a lot better, and again we don't agree with this. So by stepping out the lead system, the method and the constraints of industry, we can really question how products, we can develop, or products that don't forward to this narrow abandoned possibility that exist throughout the marketplace. So that's really the methodology, it's not saying that design is leading to a better life, to a better world which most people would tend to believe the politicians in a logical corporation. We challenge that, we question that, because it's very, I think it's very important, particularly in an age when technology is becoming increasingly profound, allowing us to do ever more, to have ever more control over our life, and our futures. We need to be questioning these things, and ask, "what do we really want? What is a better life?" and I think design really is the perfect discipline to be doing that, we need understanding this above the technology or products and the human behavior and human desire. It's in the middle level of these things unlike most of the discipline we can shake technology and develop products, but we also ideally have a very strong understanding of desire and behavior. Changing the motivation from selling more things and making more rubbish

to questioning these things, then asking what is desirable we can have, I think in an important row and this fail.”

How can you qualify the result of your practice – the product?

J.A : “ This is a good question. It’s one we’ve been addressing recently, and you’ll have seen this probably in the conclusion in that paper I sent you. It can be critic, for being indulgent and slightly privileged and this is really the problem when things had happen in the gallery and the design ... claims this are for debate and for discussion, I’m really urged to having this discussion. Where does it taking place, what impact is it having – and I think it’s a very valid critic. There are two reactions or I’ve reacted to this issue in two ways. The first is rather than, the simple way to describe is rolling guide down constraints to the gallery and enjoying to engage people. Kind of value related to the technological journey we can also go upstream, and that is the work with the scientists – developing the technology. This is somewhere that we’ve had a lot of influence over the past, five or six years. Quite a lot of our graduates from the program of the Royal College of Art are working quite closely with scientist now. My most recent project is in collaboration with scientist. So the stuff I was talking about, that design is up an understanding of people’s behavior, of desire of culture. You can basically move that upstream to discuss with the scientist, where that technology might ultimately be apply, because quite commonly this is a bit brutal but for the large part a lots of scientific laboratories are like vacuums, and there is no influence of culture and behavior whatsoever they are just solving scientific problems or engineering problems, without any thought about where might this ultimately end up and what will we be doing with this in the future. So by speculating on how the emerging technology might be applied in the future, we can start shaping at a much earlier period. We can talk about possibility tangential to the research question because it’s usually very focus and very linear So designers can start to impact on the science much earlier than is normally the case. Normally we just basically do our work at the end of the process, the packaging to deal with the interactions to make it look good. We can be more ambitious than that.

And the second thing is that it’s not really happened yet but it’s my challenge at the moment that I’m trying to set up with new project. It’s to re-curate more the discussions and to incorporate more people into the discussion. So I’m not being satisfied with the gallery to talk to curators who are willing to move beyond the gallery to include politicians to the discourse – social scientists, media-psychologist and so on - to basically identify the key people who are involved in this technological journey, the people who have a say in bringing product to the market place, what

products look like and which technologies survive. And basically have a much more [retranscription impossible à cause de la qualité du son] the discussion with those people. This is rather ambitious and I don't know how like we, or even how successful it could ever be, but it's really the goal of the moment for me. Thinking more about what happens with the work and just doing the design.

And again as I managed to say in the paper that I send, I think the issue with designers is that they're often happy when the object is finished, you know you make a chair, you construct it and figure out the manufacture in process, once that's done you move on the next project and you don't start analyzing who uses the chair and when they use it and how happy they are with the chair, you basically move on, and I think this has been the problem a little bit of the speculative design, certainly it's most exiting about how the design fades in making an object and since the project is not finished, I would like to move on the second one. But I think if we're going to be true to our claim, why we do this kind of work and what the purpose is. We need to be more careful and be more ambitious about what happens after the design process. An if that tending over to other people like anthropologist to a more understanding object in particular context then again there is a new collaboration possible with the scientists. The problem is the collaboration hasn't happened enough. Social scientists are very interested in this type of design I think, but there is very little collaboration: they just analyze the work, what's happen rather than working with the designers, and or becoming designers themselves. It's usually approach to the next end. I think a much more considered collaboration would be very useful. “

I've read “Speculative Everything” form Dunne & Raby, they said that critical design has to exist in museum and galleries, what's your position on that?

J. A.: “ I've spoken a lot with Dunne about this issue, he was actually my PHD supervisor and also I've been teaching with him for ten years at the Royal College of Art, and on this issue we have a separation. I think for him his main audience is design, he'd like to talk more to designers about aesthetics, about a different way of thinking about design, or thinking about technology and objects trough design, but he's really happy with his work being in a gallery space. I'm not unhappy with that but I think, for me, the discourse is an important aspect and being more philosophical about technology is an important aspect and I don't think we can do that only in gallery. For me it's too limited. And it only has a [retranscription impossible à cause de la qualité du son] impact. People talking always to the same

people, and this is Dunne chosen audience, so I have no critic of that. I think it's just really important that the key issue is that the designer understands the purpose with their works and where they want that work to exist.

And Dunne has his audience on this purpose and mine is now very different I think. I think we start to that very similar but as the practices evolved we've both been thinking an awful lot more about why. It was easy for so long we were first starting at doing this stuff just to do the project because they are always exiting and we're getting a lot of coverage and existing in galleries everywhere. But this time goes on, we have to move forward and we have to be more critical about our own work and more aware about what we're doing with it, and that's why I think in the last year or so there has been a step forward where we're trying to be [retranscription impossible à cause de la qualité du son] and then see it through because as there was a lot of talk about design to debate, this is one of the area that we talked about in the RC (Royal College) and all the people says where's the debate? Which I think is a valid question and that's why we'd go reflecting. So I think Dunne would say probably his work is last for debate or he would say it's for debate within a particular context rather a general idea on what the debate is. “

How raising question in people's mind ?

JA : “ I like it best when the project remains somehow neutral. But in the first place when you look at it, it might look a little creepy or a bit invasive as with “Happy Life” project for example, I think the idea of being looked at by a camera and having your emotions read and display to the family is, on the first glance, quite creepy and unpleasant but then when you get more into the reality of what it would be like to live with such a thing, it suddenly becomes kind of okay. Certain benefits would emerge and say that as long as it is private which is how, why I kept it much in the domestic domain. Quite useful impact! The point of the little vignettes that you see with the project is to really talk about what our life might be like with that particular project. So for me I always want people to imagine being able to live with these technologies and then really make their own conclusions about what it might be like, to have a much more, huh I don't know, how could I put it, to really be immerse within the fiction. They are all fictions but I like reality and fiction to be looking blurred. I really want everybody to be able to feel that this could be a future, and then to be aware to decide from sides if it's better or not, which aspects are do we really enjoyed. This kind of feelings can then feedback into the development of that technology and somehow impact or influence future products, that's really the goal for me. It's a kind of, it's a psychological approach really to keep people connected always to

the fiction rather than... There's a thing in Žižek "*Pervert guide to cinema*" where he talked about the coordinance of reality. So we all have a coordinance of reality. And he says when something becomes too extreme it shatters the coordinance of our reality, and we have to fictionalize it because we know it's not real. That's the same with science fiction it shattering the coordinance of our reality. What I like to do it's to stretch them, very carefully, as far as possible sometimes, but so they still remain somehow within a plausible state of constraints or state of coordinance. And I think that's really the key different between the works that we are doing. It's different for many reasons so the rules can be slightly different I think."

When and how have you been interested in this practice of design?

J.A.: "It's evolved really over fifteen years. I've always been interested in technological side. My background is as an engineer. Many years ago I left school at sixteen and trying as an engineer for four years making airplane engines. I did a product design bachelor degree and then I became involved in a firm industry in special effects. It's kind of using technologies but in strange ways to create different tops of illusion. And then I got upset with that, I needed to change, so I came back to design, I did the master's degree at the Royal College of Art. And it was really there that I started to develop this approach. I worked with Jimmy Loizeau for some time. We met at the Royal College of Art, this is where we designed the "Tooth Telephone" you might have seeing this one. That was really the first project that we did together but, it's really one of the first speculative design project that I came across. For us thinking about the products of that time and thinking about technology entering the body, cyborgs and this kind of things, it's been obviously explored a lot in science-fiction, and there are certain scientist, so I start exploring this lot [retranscription impossible à cause de la qualité du son] to think about how designers might do it. It was really exciting for us. And so really that was the first project we did and from there it just became very exciting to think about how we can explore the technologies or explore the same technology in new perspectives, so we did a lot of work with telecommunication in the early days. And this is just evolved, since then I started a PhD, in 2008 or 2009 I can't remember, finished that in 2012. And that was really interesting because it gave me four years to really focus more on the theoretical side and why we do it and how we do it, rather than doing the project almost blindly, to really reflect on how and why. So that's really moved me, it moves me a long way forward in this area.

I'm really frustrated with mainstream design. I have worked for proper companies developing things like mobile telephones, the constraints and the conservatism I talked about at the beginning is really frustrating as a designer.

And so I enjoy working in this field because you can really imagine and dream about how things could be. And also I'm very critical of technology. I don't buy into this all Apple dream, I don't think the iPhone is a particularly, it's a great design, but I don't think it makes our life better, I don't think social networks make our life better, I don't think the enormous level to the automation that we're going through, and increasingly going through (automatic cars are coming quite soon), I don't think they make our life better. I think they reduced the role of the human down to almost nothing. There's a very good animation call "Wall-E, I don't know if you've seen that one, but it's a little robot that's left on a cleaning at the mass we've left behind, all human live in space, shuttered around and convey about in machines doing every last things that we ever want. It's a parody but it really looks believable. The amount of people that you see just doing very little, and having technologies just doing everything else. We're making our life less relevant.

From a philosophical point of view, I think it's imperative that we all reflect more on what we're doing and design is just a very nice way for me to be thinking about these things. I think through the products, and through the projects, and use it to raise these philosophical issues about what is a tractable life. I don't think enough people are asking these questions at the moment, because we're so locked into capitalistic system where it's all about profits and growth. You know that's nonsense. The politicians have this belief that technology makes life better; the companies are selling us dreams, which are very shallow. But as consumers, we all buy into it, and I find it's very problematic."

What's the difference between speculative design, fiction design, and critical design?

J.A.:" It's all very similar. I really, I'm not very interested in worrying about titles - the speculative, critical, discursive, design fiction – they are all doing a similar job, and for me it doesn't matter of what we call it. Of course it's important to have a label for this kind of thing, but the label is kind of problematic because when you say "that's critical design", people asks "where's the critic?", when you call it a design fiction immediately people knows is not real, that is a fiction and not change his perception of it. I chose speculation because it's to speculate chose that this could happen, so

it's more about conjecture and there's a link to reality when you say speculation. It's not completely right but I'm not come up with anything better, and I've not really try, I'm more interested in developing project, than titles.

It's a problematic thing. What we call this type of work, you know Dunne calls his work speculative design, and I call mine speculative design too, but they're very different, and they're doing a different job. I think it's like any, I don't like calling a movement, but, I can think about in Art and Painting, or in Architecture, when something is still evolving, as it does a lot in architecture that comes to us but we can't categories them, we can't say when it started and when it finished, it was still evolving, and actually when it stopped evolving we can move on, when it's finished we can reflect the boundaries truly, evaluate what's being happening. But right now it's moving so quickly and splitting of that people is exploring in different areas within the field. In time will know more about this thing but for now we're just so occupied with the doing, and developing the project, it's not really something that we're considering too much. “

What place takes the scenario, the fiction, and the usability when you design a project?

J.A.:” They're almost the same thing, in a way all one leads to the other. I think that has to perceive usability. So with the “Happy Life” project it's quite complex technology. It's using a thermal image camera to capture emotion on face. This is being use, or being developed for airports, to police borders. So we have to communicate to the audience already this technology and what its used for and how it works, so there's a communication challenge there in a first place, for them to understand the usability. As far as they're concerned, there is very little interaction; they just stand in frond of the camera that capture their image as any normal camera. So in terms of their role, it's very straightforward.

So we need to communicate about what happened in the background. So they can then understand how through the use, this technology in their life would modified it. And if you don't do it well, they don't understand and the project doesn't work.

So in this case the scenario, the little vignette that tells the story, they're talking about the use of the technology. So it's really a combine thing where you need the story to tell how the thing would work, how we'd use it and then what that would do.

For the simple project like the tooth implant it's very straightforward how the use would happen so we need to, you don't need to worry so much about the scenario, you can just talk immediately about the product. And called it a "Tooth telephone", that was enough. So the use happens in the imagination of people very quickly. The goal always for me is for people to imagine the use, for them to, as you do with any normal design, if you go window shopping, you're thinking about how your life would be if you had this product, usually how your life would be better with this desirable product. And so that's what I want to achieve with the work, its people to imagine what life would like if we have these things, how would I feel about that.

The use is very much a part of that, because if you can't understand or imagine how about use would happen that process is never going to be achieved. So that's always, that's why with the stories; you can communicate the complexities of these technologies. And often, when you're dealing with an emerging technology the use and the function are very complicated, because we haven't experienced it yet, we're not familiar with them, and so you have to make them familiar, and now it's one of the bigger challenge of what we do with this kind of work."

What kind of future do you question?

J.A.: " I always try to stay between five or ten years after, not in any concrete way but the more profound of technology the more futuristic it fails. And so everything has to be grounded in something, which has to be something familiar. So a lot of the works I've been doing in the last 2 or 3 years take place in computer science, sensing technologies like the thermal camera this is a real existing thing, it just cheating with the context because in the beginning the context is the laboratory and experimentation. For me I domesticate the technology to bring it into the everyday life's situation. But then, it's looking at the cultural landscape as well, so with "Happy Life" I was looking around at the growth of basically testing technics so things like galvanic lie detection entering mainstream life through television programs? You probably don't have this show in France, but it's very popular here, very bad television program, that during day time TV there are be families arguing; maybe somebody having an affair, or somebody had a baby with somebody else and these couples are arguing in public and then they give them lie detection test to say whether the person is telling the truth or not. So you've got lie's detection test, DNA test, you've got more invasive security cameras being used in airports, you've got thermal image cameras being used also in airports testing the respiratory rates particularly in Asia. So it raises sensing and invasive technologies for reading

and understanding human state. So we're familiar with them but what we haven't done yet is bringing them to the home and I'm that's really the shift. So you keep the plausibility by looking at the contemporary landscape, seeing what's happening with shifting the context. If the project is too futuristic there won't be those clues happening yet.

Again, we've to be realistic, we could have that right now, but it's alien because it doesn't fit in to these kind of product that exist at the moment, which is why it's difficult to the market to accept such a thing."

Have you think about a space for your product to live instead of galleries?

J.A.: " Yes for example for the "Real Predictive Machine" the next phase of this project would be to build a fully working prototype. So the objects do work. We just need to continue working with the scientists; we've already collaborating with them to many degrees on the project, they actually write the algorithm. So it functions and look at the data stream coming in and connect everything together. It's just really a programming job now and then we could actually deploy it in people's homes, and start up – that's more bringing into, that I was talking about earlier, being an ideal project to underlies a kind of anthropological prospective working with media-psychologist, people who understand how a media can effect psychology and human behavior and we could do a much more rigorous analysis of what such technologies would do. One of the concepts is being set up to predict when you going to have your next argument, so people who are arguing quite a lot, there's a pattern that could be recognize by the device and it gives you feedback – giving you indications about when an argument might happen. What would it be like to have a technology that could do that? Would it be a good thing or a bad thing? I don't know it's another level of tuition to underlie what I was talking about earlier and I find it creepy. But this is the direction in which we're heading. This algorithm is becoming increasingly pervasive and increasingly capable of predicting some futures. It's been a dream for humans forever through watching the flights of birds or reading animal entrails, looking at tealeaves in a cut. We've been always interesting in predicting the future; it's just been more along the lines of people reading crystals balls and fortunetellers, it's suddenly we can do it with technologies. What does that mean? Particularly if the predictions are becoming increasingly accurate. It's psychologically a normal shift. So having something functional, that suggest questions could be really helpful for us to understand what kind of future we will get if we carry on along this line. For this one it's not enough to do it in galleries because it starts to ask the question and gets bigger thinking about if we could really deploy it for real, and starts to learn from this I think it could be

very powerful. So that is really the next stage of the dream of this project. And it's similar with the "Happy Life" project that is functional as well, that's what I like about dealing within this time frame very near future, quite a lot of the works we're developing is experiential. We need people to really try and experience, what this new approach would be like. So I do think the experiential side is really important and that just have to be done away from the gallery. "

Don't you be afraid about how the industry could use your speculative design in a wrong way, and make it real?

" It's difficult one, because you have immediately a conflict when you work with industry because for the most part as I said they just want everybody to think that is great, the technology is great, the product they're developing is great, because they want to sell them. So whenever you work with industry it could be tricky. Often they have a research group, so my PhD was in fact on the one of Microsoft and they were fantastic, over open minded, the researchers do ask really interesting questions - but how much the research group - of course people who are developing really specifically new technologies, a lot of the researchers don't know the impact it actually has on anybody. And it's similar with the science; you have the same problem with scientists. If you start to talk about the negative implications they get right scared because they think about losing the funding. So this approach is really difficult because when you're a little bit skeptical as I am about technology, there's no point going around saying this is all terrible, we're all doomed. It's a lot of what the science fiction does, you won't get very far and that's why for me being more neutral with the pieces. I think the industry does tend to take a little bit of notice on this stuff, but I'd be very upset if suddenly, or I wouldn't allowed it to happen if suddenly somebody's solve, let's say the "Happy Life" project and start making a real product of it and making a lot of money. That's not the point of it. So how we work with industry is quite tricky and I don't even know; I do think we need too necessarily, but the big problem is that we need such an enormous shift in everything for us to truly change the way we develop technology. We are really talking about tearing apart the all believes into capitalism which is an obviously the grandest challenge you can possibly imagine. But by bit I think we can talked a lot to people, we can talked to politicians a little bit, we can talked to the scientists and the corporation. But perhaps more importantly we can talked to people who use technology, this is also something I'd like to think about more ... there's that documentary, called "The Century of the Self" by ... you'll find it quite quickly. Look at "The Century of the Self", he talks about how for its

nephew, how Edward Bernays really started to understand how he could manipulate desire in the 20th century to encourage people to buy more and more things, they don't necessarily want. It's really enlightening because you can see the world in which you live now and how we're all product of that manipulation. The queues that you get around the Apple store, the day before they release the next generation Ipad is ridiculous. You know there's a form of insanity going on. So I'd like to think that I would say, Edward Bernays is a very smart person but if we could manipulate the human brain and reduce us as consumer machine maybe there's a way to turn it back a little bit, to make us think more about more important fact, you know that's obviously, this approach in buying more and more stuffs all the time is not sustainable. It's not possible for us to keep producing more and more products that end up in the land within two years.

So there's this huge conflict between the capitalism and sustainability, politicians want it both ways. They likes to let you think that they're doing lots of things for the environment and at the same time try to grow the economy and have us buy more and more crap. If we could change the way people think a little bit about this stuff then that would be the most important step we can make. And I think designers, if we accept our role of designers, next step responsibility they should go with it. We would be stepping away from trying to encourage more and more products and selling more and more rubbish and thinking really about what we're selling and how the people live with it, because it can't continue, so that's why I become optimistic a little bit, I think it's probably more interesting and constructive just to talk to people who uses technology whereas the people who develops and sells it."

RETRANSCRIPTIONFAITE DE L'ENTRETIEN AVEC MAX MOLLON.

*L'entretien a eu lieu à l'EnsadLab, le 15/05/2015, est a duré environs 1 heure et 45 minutes.
La retranscription a été faite par nos soins.*

Pour commencer, pouvez-vous vous présenter ?

MM : « Je suis designer d'interaction et chercheur à l'Ensad Lab, doctorant en 3^{ème} année de thèse.

J'ai été formé en design d'interaction en master à la HEAD (Haute Ecole d'Art et de Design) à Genève, où j'ai d'ailleurs fait mon mémoire avec Nicolas Nova et mon projet avec James Auger, c'est pour ça que j'ai fait ma thèse sur le design fiction, et le *speculative design*. Et avant ça j'ai fait du web et du graphisme en licence et en bachelor en Angleterre un petit peu, et puis un BTS avant, donc j'ai fait plein de détours.

Qu'est-ce que je peux faire pour mieux me présenter ? Peut-être ce que je fais dans ma thèse ?

Je fais une thèse sur le design fiction, j'essaie d'identifier plusieurs choses, donc premièrement, à quoi peut bien servir le design fiction, sachant que mon hypothèse c'est de démarrer des discussions, démarrer des débats. Ça a l'air évident parce que tout le monde dans les différentes pratiques proclame que ça sert à ça, mais en fait personne ne le montre. Deuxième objectif ce sera de donner des points « méthodo », je prends des guillemets parce que je ne vais pas faire non plus un guide de comment faire du *speculative design*, mais informer un peu plus sur cette question-là, de la méthodo. Et la troisième chose qui sera la spécificité de la thèse, car les deux premiers points tout le monde s'y intéresse déjà, c'est si sa vocation c'est d'animer des discussions et des débats, il y a déjà pleins d'endroits où le débat a lieu et donc mon intérêt là-dedans c'est comment les débats en place se restructurent ou se transforment grâce au design fiction. Comment les acteurs se réorganisent, comment la discussion évolue différemment, est-ce que c'est des audiences différentes parce que ça vulgarise etc. Donc là c'est plutôt de l'info comm.

Ma thèse est menée par la pratique, donc je fais du design comme manière de rechercher, tout en faisant des sciences humaines, donc en comparant des textes, comparant des discours, comparant des projets d'autres personnes. Tout en faisant de la recherche-action, parce qu'en ce moment je suis dans une équipe dans un hôpital. Donc je mélange des méthodologies.

J'ai une « client » qui est l'hôpital et ça c'est intéressant parce que c'est un vrai terrain d'observation. »

Comment vous définissez vous au sein de cette nouvelle pratique du design ?

MM : « Je serais tenté de dire que je me définis en tant que designer et chercheur mais ça c'est un peu bateau. Dans le champ du design fiction ou dans le champ du design en général ? »

Les deux

MM : « Dans le champ du design en général, de moins en moins un OVNI, mais toujours un OVNI en France, parce que voilà on est quatre ou trois à en faire en France. Et toutes les personnes qui veulent bosser là-dessus passent par moi à un moment où à un autre et c'est drôle. Enfin moi ça me plaît je rencontre des gens très intéressants et c'est chouette !

En revanche de moins en moins un OVNI parce que la demande est de plus en plus forte, et ça c'est un drôle de revirement de situation, enfin pour moi ça me paraît tout à fait logique. En revanche la méthode est tellement floue que c'est normal que l'on soit si peu à le faire.

Et dans le champ du design fiction spécifiquement, je me sens comme appartenir à la seconde géné... seconde vague on va dire parce que j'ai rencontré en conférence toute une tripotée de gens qui ont les mêmes intentions que moi qui est de mettre en pause un peu ce qui a été fait par Dunne & Raby, James Auger, par tous les gens qui sont sortis du Royal College of Art, qui pour moi font partis de la première vague, mettre en pause ça, et le remettre en question. En gros critiquer le design critique. Voilà comment je me définirais au sein de ces deux champs. »

Vous avez dit que la demande était de plus en plus forte, est-ce que vous avez pu identifier de qui venait cette demande ?

MM : « Oui, en fait, c'est du retour sur investissement. Moi je montre mon boulot, et ça fait des « petits ». Donc là j'ai été contacté, enfin dans une conférence j'ai montré des posters scientifiques, et quelques semaines plus tard j'ai été contacté par l'INRA (Institut National de la Recherche Agronomique) qui m'a dit « ah on aimerait que vous nous fassiez, que vous animiez un workshop d'enseignement au niveau doctoral. » Et là il y a de la demande parce que eux ils se disent que c'est dur de travailler avec les scientifiques directement parce qu'il y a une question de budget et de

lobbies ... alors que d'engager des futurs chercheurs dans des questions éthiques ça se fait au niveau doctoral.

Puis de l'autre côté j'ai des gens qui ont des boîtes de conseils et qui en ont marre de faire de la prospective utopique et qui se disent « ah lui il va nous faire de la prospective dystopique ».

Donc il y a différentes sphères, différentes personnes, mais principalement ça va être soit pour de la formation, soit pour du conseil. »

C'est intéressant parce que je ne connaissais pas ce biais-là du design fiction, qui jusqu'à maintenant est plutôt connu pour être exposé dans des musées, dans des galeries.

MM : « Ça c'est peut-être comme ça que je pourrais me définir, j'essaie de - alors justement quand je dis que je veux critiquer ce qui se passe, la première critique c'est que c'est censé animer du débat et ça se passe que entre esthètes dans des galeries. Et du coup c'est pour ça que je n'expose pas par exemple. On peut exposer mon travail après mais d'abord il aura été fourni à un client et le but c'est d'abord de le montrer à ce client.

Donc voilà comment je peux définir les acteurs de la demande – en fait c'est aussi parce que j'ai identifié au sein de ma thèse les audiences qui m'intéressent et je crois que c'est surtout, enfin c'est très info comm mais une des critiques que l'on peut faire au *critical design* c'est l'audience qu'ils visent et ils font leurs projets dans l'intention en tout cas, pas le design fiction, mais le design spéculatif et le « critical design » font leurs projets dans l'intention de les exposer, ce qui sème le doute et crée le flou sur est-ce que c'est de l'art, est-ce que c'est du design ?

Et moi je fais mes objets dans l'intention de faire débattre, donc on a peut-être une intention commune mais la différence c'est l'audience. Eux leur audience c'est l'audience des musées et c'est les curateurs, qui vont pouvoir se resservir de leurs objets dans d'autres expos. Pour moi ça m'est arrivé avec un projet que j'ai fait avec un chien, je voulais parler de télé-présence, et ça a été utilisé par un curateur qui voulait parler d'animaux et technologies. Elle a voulu animer le débat sur cette question. Et bien là ma nouvelle audience c'est, en ce moment, une commission éthique et leur audience à eux. Leur audience à eux c'est les politiques, c'est les associations de soignants, c'est les citoyens ... »

Pouvez-vous me parler d'un projet en particulier, pour montrer cette différence entre votre travail et le travail de ce que vous qualifié de « première vague » ?

MM : « Je vais te montrer celui des posters, parce que c'est marrant dans la forme il n'est vraiment pas sexy, enfin moi je trouve, alors qu'en réalité c'est peut-être ce qui fait qu'il est pertinent.

Donc la forme poster c'était celle-là, affichés dans une conférence où les scientifiques à la pause entre deux présentations pouvaient venir répondre à un questionnaire. Et j'ai pris plein de photos d'eux, super drôles où ils sont effrayés, étonnés... En fait j'avais mis ici une « GoPro », un peu cachée au milieu, et du coup j'ai pleins de clichés de leur tête, qui montrent un début de réaction.

Le projet c'était sur le thème « Biologie prédictive et *Big Data* ». Ta santé est définie par trois trucs. Ton patrimoine génétique, ton comportement et ton environnement. Grâce au séquençage ADN qui devient une banalité et qui ne coûte rien, et grâce au « quantified self » on peut convertir en données tout ce que tu fais, et grâce aux capteurs qui sont partout dans l'environnement, et bien on peut faire des statistiques sur ta santé future. Donc biologie prédictive ça veut dire, du champ au bœuf à toi-même on peut savoir comment votre santé va évoluée, parfois même d'une génération à une autre, pour savoir si ton gamin va avoir tel ou tel gène. Et donc ça c'est permis grâce au *big data*. Et les scientifiques qui étaient dans cette conférence étaient des agronomes, des médecins et ceux qui font pousser des animaux, j'ai oublié leur nom, des vétérinaires quoi en gros [des généticiens]. Et donc autant des chercheurs que des professionnels. Et il y a tellement d'enjeux éthiques qui n'étaient pas abordés pendant la conférence, qu'il était intéressant de venir les titiller.

Donc il y avait 4 posters qui sont comme des posters scientifiques mais c'est des faux. Donc dans la forme il y a quelque chose de familier qu'ils reconnaissent par contre dans le fond ça les perturbe un peu.

Le premier : « Et si la reprogrammation génétique rentrait complètement dans les mœurs ». Donc en gros dans chaque projet j'explique comment on est venu à la fiction que je présente. Donc ici j'explique que le croisement des espèces c'est un truc qu'on fait depuis mille ans, mais c'est complètement dépassé. Ça c'est ce qui se passe aujourd'hui, enfin quand tu interviewes les scientifiques, ils the disent, « ben OGM ça veut juste dire améliorer ça et aller plus vite mais ça on le fait depuis mille ans, y a pas de problèmes quoi » et comme grâce aux OGM on peut ne plus se servir des antibiotiques et des pesticides, et que c'est un peu la guerre aux antibiotiques et aux pesticides chez les consommateurs, on essaie de faire

attention à ce qu'on mange ... Donc tu prends ces deux tendances, tu les croisent, et bim, les OGM sont légitimes. Grâce aux OGM on a plus d'antibiotiques, plus de pesticides et c'est meilleur pour la santé. Et si ça ça arrive on va donc avoir des labels qualités qui vont sortir. Premier label qualité : « zéro risque de cancer, satisfait ou dupliqué ». Donc c'est pour ton animal de compagnie. Je te le fais vite.

Le deuxième c'est Disney qui crée la marque « pipet », il réplique les animaux de compagnie des dessins animés. Donc « pipet », il y a un jeu de mot autant sur la pipette que sur le nombre π , qui est infinitésimal. Et donc c'est un label qualité qui prouve que la licence « milou » a été rachetée par Disney, ils en ont fait des versions animaux de compagnies, et puis ça c'est la version chinoise, qui permet d'être sûr de pas te retrouver avec un animal comme ça, en sortie d'usine (qui ne ressemble pas à milou).

Et le troisième c'est pour parler de contrefaçon, notamment en terme de nourriture, ça ça existe vraiment : « Mike Wong », c'est le label McDo garantis sans antibiotique, « AOGC : Appellation d'Origine Génétique Contrôlée ». Donc en fait c'est ma manière de bosser, et c'est la manière du design fiction de travailler je pense. C'est de prendre des codes familiers et de les détourner.

Donc voilà, je ne t'explique pas dans le détail tous les autres, je t'explique juste vite fait les thèmes.

Et si on pouvait prédire ton état de santé, et que pas de chance tu avais un truc incurable, par exemple Huntington, et toutes les maladies dégénératives en fait, tu pourrais à peu près savoir combien de temps il te reste à vivre de manière saine, et pour la maladie d'Huntington par exemple les patients passent les dernières années de leur vie cachés. Et bien à partir de là il pourrait y avoir tout un tas de service qui pourraient pousser sur ce truc-là qui seraient par exemple, les pré-funérailles, qui permet d'avoir un dernier moment avec ta famille et tes proches, documentées comme un mariage, ou encore la post-poste qui est un système de colis après la mort. Sujet lourd mais probable et donc réaction de scientifiques « ah je déteste ça » ou encore « ah mais c'est chouette », en tout cas ça fait bien réfléchir les scientifiques dans leurs recherches.

Ensuite c'est sur « et si l'humain était breveté » sachant que c'est déjà le cas. Et donc en fait au lieu de faire une fiction très très lointaine, j'ai fait un témoignage ici, enfin plutôt une lettre envoyée par Monsanto, mais là c'est un acronyme, pour exploiter le langage industriel des brevets dans une lettre qui parle du vivant, et voir quelles frictions sont créées. En fait c'est déjà quasiment le cas. C'est juste la forme qui crée un décalage, et le but c'est de créer de la friction, et ça c'est ma manière de bosser.

Le sujet est tellement sulfureux que ça a suffi à démarrer des débats. Il y a une doctorante qui est venu me parler et qui m'a dit « c'est super parce que d'habitude c'est un sujet que l'on peut même pas aborder car tout de suite les esprits s'échauffent, alors que là ça permet de cristalliser un début de truc et ça engage une discussion sans qu'elle ne s'enflamme ».

Et le dernier, c'était sur le « quantified self ». »

Et ça c'est disponible quelque part ?

MM : « Sur mon blog, et tu trouveras un deuxième truc intéressant à la suite. C'est la même chose mais où j'ai pointé - en fait je mets des indices dans mon travail pour démarrer la discussion, et comme y a pleins de facettes dans un boulot comme celui-là, les défenseurs des animaux vont plutôt s'arrêter là-dessus, les généticiens sur ça, les gens de l'agronomie encore sur autre chose ... je blinde mon projet d'indices et donc ils sont listés ici, par exemple le premier c'est dans le texte, je parle de la tradition des pratiques de sélections, le numéro six : répliquabilité implique le piratage et les autres dérives, donc je parle de contrefaçon, le dix, c'est le dernier, c'est projet = gage de confiance. Je pense que personne n'a fait son décodage de ses propres projets parce que c'est dévoiler le voile de la fiction mais ça pourrait t'intéresser. »

Vous avez parlé que pour vous il faut créer des frictions pour permettre le débat, pouvez-vous me parler de votre méthode, comment crée-t-on de la friction ?

MM : « C'est pas encore parfait mais avec ça je me rend compte que j'arrive à faire travailler les étudiants, tu vois c'est ce beau schéma que j'ai esquissé le 7 mai, donc il y a en gros une semaine. Enfin ça fait longtemps que je raffine le truc, et là ça commence à être pas mal, et va falloir que je publie là-dessus parce que du coup, sinon ça va se perdre.

Hum ... bon y a une partie sur laquelle j'ai déjà publié donc tu pourras trouver un article. En fait j'ai analysé qu'il y avait 3, disons types de design fiction pour rester large. J'ai pris pleins de projets, j'ai analysé quelles étaient leurs différences par le moyen de l'info comm. Donc il y a des projets qui montrent une alternative au monde, et c'est à peu près le cas de tous, et même du design classique, à la différence que le design fiction se base sur un monde alternatif, un design pour un monde qui n'existe pas encore, et c'est là que vraiment il y a une alternative c'est-à-dire : faire un cercueil qui permet d'accumuler ton énergie, enfin ta matière organique en

pile ... ça je l'ai pas encore bien défini, il faut que je travaille encore dessus. Donc il y en a qui s'arrêtent là et c'est dommage parce que ça devient juste de la prospective si tu veux. Ensuite la deuxième c'est ceux qui font ça intentionnellement pour faire réfléchir, pour anticiper et engager l'audience dans une pratique critique finalement. Faire réfléchir pour moi ça veut dire remettre en question ce que l'on voit. Et donc là la méthode pour moi c'est de faire des frictions, mais ça je vais y revenir après. Et ensuite, après créer une alternative et faire réfléchir, c'est faire débattre et donc au lieu de faire uniquement un film dans ta tête tu donnes les moyens de s'exprimer et de mettre en regard des personnes. Les moyens ou la situation de communication.

Et en fait quand je donne mon cours, j'essaie de donner des points méthode, je ne sais pas si je travaille réellement comme ça, mais en tout cas dans mon cours je donne des points méthode sur comment arriver à créer une alternative, comment arriver à faire réfléchir ou comment arriver à faire débattre.

C'est marrant parce que vous me faites me rendre compte qu'il y a toujours un écart entre la théorie et la pratique, enfin chacun se les approprie différemment. Et je crois que dans ma manière de bosser, si je devais parler de ma manière spécifique j'en parlerais un peu différemment, des grands points de méthodes que j'ai analysées, mais on va essayer de joindre les deux bouts.

Donc, la première partie c'est comment se détacher du monde réel, et là l'outil, enfin il y a deux outils dont un dont parle beaucoup le *critical design* et Dunne & Raby, qui est le « What if... ? » Moi je le couple à un deuxième outil qui est le « Why », le pourquoi. Donc en gros je fais un état de l'art sur le monde, si par exemple ta thématique c'est *big data* et santé, tu fais un état de l'art sur les pratiques de santé, et puis un autre sur les tendances, qui vont être un peu des courbes, tu as des tendances qui sont celles de faire du *selfie*, qui ont rien à voir avec la santé. C'est ça qui m'intéresse, c'est de coupler des tendances qui sont des pratiques, et l'état des connaissances sur le futur des technos de la santé. Tu prends les deux, et tu vas prendre séquençage ADN et *selfie*, et là tu as, je te le fait en court, mais en gros tu as « et si on exposait notre code ADN comme on le fait avec les *selfies* », et à partir de là tu peux avoir le Facebook ADN où tout le monde peut comparer les ADN, et qui désacralise totalement le fait que c'est privé, et que l'on peut savoir avec ça énormément de chose sur toi. Donc ça c'est comment tu en viens pour trouver une idée en dehors du quotidien. Et honnêtement on pourrait clairement faire ça en design d'innovation classique et je t'ai pas parlé du pourquoi et du « et si... » mais en gros, pour identifier ton état de l'art, tu vas utiliser ta question pourquoi, en

disant « en fait pourquoi ça nous gêne de montrer notre code ADN », en fait pourquoi ... et ainsi de suite, ce qui va créer une boucle, et qui va te permettre de monter en abstraction sur l'état de l'art que tu as fait.

Et c'est là où tu utilises le « et si » pour tout changer. Après avoir analysé le pourquoi l'ADN est dans le domaine du privé, et bien « et si l'ADN n'était pas dans le domaine du privé », tu le croises avec *selfie*. Mais une fois que tu en es là ce n'est pas dit que ça fasse réfléchir les gens, et au contraire de donner des idées à des entrepreneurs qui pourraient développer ton projet. Et on m'a déjà demandé en entretien « mais est ce que le design fiction il ne donne pas des mauvaises idées aux gens ? » au scientifique fou japonais qui fait la machine à menstruation ... et j'ai dit bonne question, et je pense que ce qui va garantir que ça n'arrive pas, c'est que tu sois sûr d'engager les gens dans une réflexion et dans une démarche qui critique ce qu'il voit.

Ensuite la partie réflexion, vu que le truc qui m'intéresse le plus c'est faire réfléchir, j'aurais pu te répondre en un seul mot c'est : friction. Et si je commence à détailler ce machin, j'ai écrit un article où il y a le mot « Uncanny » dedans, « uncanny » ça te parle ? donc en robotique ils se sont servis de ce mot pour parler de l' « uncanny valley » qui souligne la peur ou la gêne de voir un robot qui tout d'un coup dépasse un point de ressemblance avec l'humain. Il y a une désirabilité qui monte, plus il ressemble à un humain et plus il devient désirable et quand il ressemble trop à un humain, le pic de désirabilité chute complètement. Et en fait ils ont utilisés le mot « uncanny » parce que Freud avait théorisé ce mot, en analysant autant ses patients que les auteurs de romans, je ne sais plus quel type de roman, pour comprendre le langage utilisé, et en comparant cela aussi avec les rêves, il a défini que quand quelque chose passe du symbolique au réel, cela crée un sentiment qui va du questionnement à la frayeur. Et donc il a appelé ça « uncanny ». Ce que j'ai trouvé génial, dans le mot allemand de ça, c'est que ça veut dire familier et non familier en même temps. En fait on doit créer une balance, pour qu'un projet marche. J'ai analysé dans les discours de ceux qui font du « critical design » et dans mon projet à moi, celui du chien, que l'on doit être dans un équilibre entre le familier et le non familier pour que ça provoque une réaction, et en plus on doit être dans une forme d'étrangeté parce que c'est ça qui va donner envie de plonger dans la réflexion. Mais si on fait ça sans la partie familier, si on crée une forme de passerelle entre le monde que l'on connaît et ce monde étrange, on perd la personne. Et donc l'article parle de cette tension entre le familier et le non familier. Ce que je dis maintenant c'est que quand on regarde les politiques ils arrivent à nous vendre des trucs complètement incroyables, mais c'est en dehors de notre monde, on ne croit pas que ça va arriver. Et comment ils font ça ? En fait c'est grâce à la rhétorique. C'est que qui permet de créer le familier et le non familier. Et

donc je tire un axe, sur lequel plus tu tires du côté du non familier plus tu vas devoir mettre du familier dedans, ou jouer avec la rhétorique pour nous le faire croire, et va falloir que tu valides quatre critères. Ton objet doit paraître : probable, faisable, désirable et compréhensible, compréhensible il va sûrement falloir que j'améliore le mot, mais en gros c'est ces quatre critères, qui permettent de faire la passerelle.

Si je te dis que j'ai inventé un stylo qui vol, va falloir que je te dise pourquoi c'est faisable, « ben parce que il est fait en supraconductivité, tu n'as pas lu les articles sur la supraconductivité, si ? » bon bah bim là tu vas croire que c'est faisable, ensuite je vais te dire « oui c'est tout à fait probable que des personnes aient envie de l'acheter car il y a plein de gens qui en ont marre d'avoir du poids dans leur sac à dos, du coup si tous les objets vols ça sera plus pratique. Donc ça c'était plutôt pour la désirabilité. Enfin il y a un flou entre probable/désirable. Enfin bref il faudrait que je te trouve un autre exemple parce que ce n'est pas familier un truc qui vol, mais ça te dérange pas trop, alors que si je te dis qu'il va y avoir des burgers cent pour cent OGM, là va falloir que te convainque du pourquoi c'est désirable, parce que à partir du moment où tu le fais pas tu vas rejeter en bloc. Donc c'est pas uniquement, être « strange » ce n'est pas l'objectif parce que si tu es que « strange » alors les personnes passent à côté parce que ça les dérange. Si tu leur montre que le « strange » est probable et qu'il va rentrer dans leur vie, là ça devient intéressant. Bon je ne rentre pas trop dans les détails, et puis « uncanny » pour moi c'est un peu l'extrême de cet axe familier/non familier.

Le design spéculatif ce n'est pas seulement une pratique de conception, c'est aussi une pratique de communication. C'est-à-dire que tu dois maîtriser la conception de l'objet, tu dois maîtriser la communication de l'objet, et puis enfin la médiation de l'objet, et ça c'est ce que moi je vais tenter de faire. C'est la spécificité. C'est que jusque-là eux leur audience, et ils y ont pas forcément pensé, c'est le musée, alors que moi j'ai choisi de travailler spécifiquement avec une commission éthique dont la mission est d'animer le débat dans la société, parce que du coup ça fait partie du truc que je design. C'est pour ça que c'est une pratique compliquée parce que tu dois concevoir un machin qui gêne, tu dois communiquer de manière à ce que ça intéresse les gens et après tu dois l'appliquer au bon endroit.

Donc en gros c'est comme ça que je conçois mon boulot, et j'essaie de travailler en co-design avec mon client. Donc là je suis en immersion dans cette commission, on invite des experts des technos, des santés et on essaie d'extraire, mais c'est aussi ce que fait James Auger en bossant avec des scientifiques. »

Comment et à quel moment intervient la fiction dans vos projets ?

MM : « Quelle est votre définition de fiction ? »

Quelle est là votre ?

MM : « J’opposerais fiction et narration. La fiction c’est faire quelque chose qui n’existe pas. Et quand tu regardes l’étymologie de fiction, en anglais, ils mettent vachement l’accent sur la narration, et en français ils mettent vachement l’accent sur factis.

Quand j’en parle avec une personne du Near Future Laboratory, nous aussi ce qui nous intéresse ce n’est pas de créer une histoire mais de créer un objet qui n’existe pas. Moi je le reformule en disant : la fiction intervient au tout début du projet, parce qu’en fait tu vas faire du problem solving avec des problèmes qui n’existent pas encore. Alors on dit que le design fiction ce n’est pas du « problem solving » c’est du « problem finding »... donc la fiction elle est, c’est d’imaginer un monde qui n’existe pas encore et d’imaginer des problèmes qui n’existent pas encore, ou en tout cas un moment altérer un élément du quotidien, du monde actuel et commencer à bosser à partir de là.

C’est pour ça que dans la manière de t’expliquer la méthodo, je mets le « Why », et « What if » au début, mais c’est aussi ce que font les designers critiques, spéculatifs mais je ne les ai jamais entendu en parler, ils ne veulent pas donner toutes leurs méthodes. »

Ce n’est donc pas du récit ?

MM : « Non, pour moi le « storytelling » est un outil de communication parmi tant d’autres.

En fait je me demande si il y a des objets du design fiction qui ne font pas de « storytelling ». Et je n’en suis pas sûr, parce que en fait à partir du moment où tu fais de la fiction, il faut que tu expliques comment – alors pas forcément – c’est possible que des projets de design fiction qui sont mauvais, dans le sens où, ils n’arrivent pas à, de mon point de vu, à faire rentrer les gens dans une pratique critique, à les faire rentrer dans une réflexion. Il n’y a pas de débat derrière. C’est un projet qui laisse indifférent ou qui révolte. Un bon projet c’est un projet qui fait réagir. Et donc l’une des prérequis, c’est cette passerelle entre le familier, et le non familier, et c’est le « storytelling » qui la fait, et qui t’amène au monde fictionnel. Le

fictionnel c'est le fait d'inventer un monde inexistant, et le design c'est ce qui permet d'y accéder.

C'est pour ça que je distingue, conception de l'objet, communication de l'objet, et médiation de l'objet plus tard, parce que communiquer, c'est-à-dire, faire le petit texte qui va autour, faire les photos qui amènent du familier, ça veut pas encore dire que tu es en train de le montrer à d'autres, tu es juste en train de faire la communication de l'objet, après le montrer à d'autre, c'est mettre ça dans un endroit spécifique, propice, avec une certaines audiences. Ce n'est pas la même chose si tu le mets à la Cité des Sciences qu'au MoMA. La Cité des Sciences, elle nous montre les sciences en train de se faire alors que le MoMA, il montre des artistes. Ça nous dit des choses totalement différentes. »

Quel statut donnez-vous à vos objets ?

MM : « Ce qui va distinguer le fait de faire ou non un objet d'art, c'est de savoir si j'ai fait cet objet pour qu'il soit exposé ou non. C'est l'audience.

Et du coup le statut de mes objets c'est des objets de design ... d'anticipation peut-être.

C'est des objets de design, réponse 1 ; réponse 2 : c'est des objets à conversations, ils ont des spectateurs plus que des utilisateurs. Ils peuvent avoir des utilisateurs, mais ce n'est pas leur but, leur but c'est d'avoir des spectateurs et d'être vus et débattus. C'est là où il y a une différence avec un regard anthropologique.

Objet à spectateur c'est ce qui créer un flou avec l'art effectivement.

C'est d'ailleurs souvent plus des représentations d'objets que l'objet lui-même. Ils ont aussi un statut de vulgarisateur de problématique, et ils cristallisent, dans le sens ils emprisonnent et analysent la complexité de situations ou de problématiques ... En fait je ne sais pas si ce sont des statuts ou des propriétés. Moi je pense que ce sont plus des propriétés. Donc ils ont une propriété qui est de vulgariser, une autre qui est de provoquer la discussion. Vulgariser dans le sens où, enfin j'ai essayé de comprendre la différence entre le design de vulgarisation classique (« regardez ce schéma de l'épiderme ») et le design fiction qui parfois va vulgariser l'usage du séquençage ADN, qui paraît complètement mystérieux pour beaucoup de personnes, dans un objet précis. »

Comment sont reçus vos projets, objets ? ou comment faire pour que ce soit « bien » reçus par l'audience, reçus dans le bon sens ?

MM : « Donc là y a deux couches pour répondre à la question. Une partie qui est qu'est-ce que j'ai envie de procurer chez le public ? donc quelle est la réponse que je souhaite, qu'est-ce qui est une bonne réaction pour moi. Et il y a une deuxième partie de la réponse qui est comment y arriver. Et à nouveau cette partie est découpée entre la production et la réception. C'est ce que je soutiens. Si tu fais juste une partie production, et bien tu rates une partie du truc car ces objets ce sont aussi des outils de communication.

Donc première partie, qu'est-ce que je veux procurer ? C'est intéressant cette question parce ça me rappelle une citation de James Auger, qui est dans sa thèse, c'est que le vrai produit, de ce type de design c'est la réaction des gens. Ce que l'on veut produire c'est un ensemble de réactions. Et c'est peut-être ça la clé de ce type de design par rapport à un design qui résout des problèmes ou qui fait de la prospective.

Faire réagir c'est ce qu'on cherche. Faire réagir pour moi ça serait engager dans une posture critique vis-à-vis de ce que tu vois, et donc engager le public dans une posture critique vis-à-vis du monde existant. Ça c'est ce qu'on trouve dans les textes de Dunne & Raby, et qu'ils appellent « éveiller le regard critique » je crois ... Ça c'est mon objectif. Ça ne veut pas dire provoquer parce que justement il y a plusieurs modalités pour arriver à ça. Et récemment ce à quoi je m'intéresse c'est aux modalités du bug sur Facebook. Ce qui est « uncanny », le bizarre, c'est les émissions japonaises, ce qui est triste, ce qui est inspirant ... donc ça ne veut pas dire forcément provoquer. Mais le but quand même c'est de faire réagir, ou en tout cas procurer une émotion, je ne sais pas.

Et donc comment y arriver ? Et bien, autant dans la production de l'objet, donc c'est la production du service ou du produit que tu imagines, la production de la communication de ce truc et puis la phase de réception, et bien dans les trois trucs pour arriver à faire réagir, moi je résume ça avec le mot friction.

Donc voilà à peu près la réponse, mon objectif c'est de faire réagir, et comment je m'y prends c'est en maîtrisant la friction. Il ne faut pas qu'elle soit trop forte, il ne faut pas qu'elle soit trop douce.

C'est quand même du design classique mais dans un monde pas classique, souvent je l'explique comme ça.

