



HAL
open science

Renouveler les imaginaires pour penser la préférabilité des futurs : opportunités et enjeux de la pratique du design fiction au sein des organisations

Marie Boissard

► To cite this version:

Marie Boissard. Renouveler les imaginaires pour penser la préférabilité des futurs : opportunités et enjeux de la pratique du design fiction au sein des organisations. Sciences de l'information et de la communication. 2018. dumas-02980053

HAL Id: dumas-02980053

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02980053>

Submitted on 27 Oct 2020

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.

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Médias

Option : Médias, innovation et création

Renouveler les imaginaires pour penser la préférabilité des futurs

Opportunités et enjeux de la pratique du design fiction au sein des organisations

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Clotilde Chevet

Nom, prénom : BOISSARD Marie

Promotion : 2015-2018

Soutenu le : 18/09/2018

Mention du mémoire : Très bien

Remerciements

Je tiens en tout premier lieu à remercier mes tuteurs, Clotilde Chevet, doctorante au GRIPIC et Simon d'Hénin, designer et directeur d'atelier de projet à l'ENSCI, qui, par leur empathie et leur expertise, ont grandement participé à l'élaboration de ce travail. Je leur suis tout particulièrement reconnaissante d'avoir cru en la légitimité de mon projet de recherche et de l'avoir nourri de leurs multiples références.

Je remercie également l'ensemble du corps pédagogique du CELSA ayant fait de ces trois dernières années une des périodes les plus riches de ma scolarité. La curiosité intellectuelle qu'il m'a apportée me suivra, je l'espère, dans l'ensemble de mes expériences futures.

Je souhaite de plus remercier Véronique Eicher ainsi que l'ensemble des professeurs et élèves de l'ENSCI pour m'avoir accueilli, pour un semestre, dans le quotidien de leur pratique de designers. Le respect que je leur porte a motivé la réflexivité et la rigueur que j'ai souhaité placer dans ma réflexion.

Merci également à l'ensemble des collaborateurs de la société Spintank pour avoir accordé un grand intérêt à ce travail et m'avoir permis, durant toute cette année, d'alimenter ma réflexion de nombreuses discussions enrichissantes.

Toute ma reconnaissance, enfin, à mes proches et à François, Noémie et Ameziane pour leur amitié, leur patience et leur bienveillance.

Sommaire

| | |
|---|-----------|
| Introduction | 1 |
| I. Le design spéculatif, une approche critique et réflexive de la préférabilité des futurs | 9 |
| <i>A. Mythologies du futur et analyse critique des grands récits de la technique</i> | <i>9</i> |
| 1. L'objet technique, entre fonctionnalité et fictionnalité | 9 |
| 2. La pensée techno-positiviste, un opérateur de survalorisation du futur | 12 |
| 3. De la fonction instituante des discours et mythes techno-positivistes | 14 |
| <i>B. Le futur : un à-venir sans alternatives ?</i> | <i>17</i> |
| 1. Condition postmoderniste et désenchantement du monde | 17 |
| 2. L'influence des rétro-types : des futurs conjugués au passé | 19 |
| 3. Le futur, du présent en réserve ? | 21 |
| <i>C. Questionner les futurs : de l'émergence de la démarche spéculative dans le design</i> | <i>24</i> |
| 1. Origines et valorisation des postures critiques au sein du design | 24 |
| 2. Le design spéculatif : une exploration conceptuelle des futurs possibles | 27 |
| 3. Limites de la posture spéculative et de l'appropriation de la critique | 29 |
| II. De la fiction au design : une rhétorique fondée sur la mise en débat de futurs alternatifs | 33 |
| <i>A. De la construction d'univers narratifs au service du projet</i> | <i>33</i> |
| 1. La fiction : une mise en œuvre des imaginaires | 33 |
| 2. Le prototype, un objet diégétique performatif | 35 |
| 3. Étude de cas : Uninvited Guests, Superflux, 2015 | 37 |
| <i>B. L'étrange pour engager, le familier pour convaincre</i> | <i>39</i> |
| 1. L'inquiétante étrangeté : une stratégie narrative au cœur de la mise en débat des possibles | 39 |
| 2. De l'étrange au familier : construire des passerelles perceptives et narratives | 42 |
| 3. Un équilibre précaire | 44 |
| <i>C. Une rhétorique au service de la conception d'un contexte de réception favorable</i> | <i>46</i> |
| 1. La rencontre entre le public et l'artefact : une expérience esthétique | 47 |
| 2. Analyse de la dimension rhétorique dans la production de fictions à débats | 49 |
| 3. Audience, contexte de médiation et design fiction : une « manipulation douce » ? | 52 |

| | |
|--|-----------|
| III. Le design fiction au sein des organisations, une pratique à la croisée d'enjeux stratégiques et éthiques | 55 |
| <i>A. L'imaginaire, un actif stratégique de l'organisation</i> | 55 |
| 1. L'organisation, une structure vivante soumise au changement | 55 |
| 2. Planification stratégique et limites des postures projectivistes : le cas de la prospective | 57 |
| 3. La vision stratégique : des imaginaires combinés au cœur du développement de l'organisation | 59 |
| <i>B. Design fiction et marketing : une appropriation risquée</i> | 62 |
| 1. Design fiction et image de marque : une démarche communicationnelle à l'objectif promotionnel | 62 |
| 2. Repousser les limites de l'acceptabilité : de l'exploitation commerciale des démarches spéculatives | 64 |
| 3. Design fiction et management de l'innovation : réinterprétations et appropriations discursives | 66 |
| <i>C. Penser les futurs pour se repenser soi-même : une réflexivité nécessaire, à la croisée d'enjeux stratégiques et éthiques</i> | 70 |
| 1. Enjeux éthiques et vigilance critique : de la responsabilité du designer dans l'exploration des futurs | 70 |
| 2. Designer consultant, designer intégré : deux postures différentes au sein du projet | 72 |
| 3. Pour une pensée des futurs réflexive et inclusive | 75 |
| Conclusion | 77 |
| Sources documentaires | 80 |
| Bibliographie | 84 |
| Annexes | 87 |
| Résumé | 98 |

Introduction

« Ce que raconte cet engouement pour les dystopies, c'est que nous prenons d'ores et déjà pour acquis un futur voué à la catastrophe. »

Naomi Klein, « Dystopian Fiction's, Popularity Is a Warning Sign for the Future », *WIRED*, 2014¹

*Hunger Games*², *The Handmaid's Tale*³, *Black Mirror*⁴... Le succès récent de ces fictions semble en effet témoigner d'un élan particulièrement marqué des générations actuelles pour la dystopie. Si les auteurs de science-fiction ont depuis longtemps usé de ce genre pour mettre en avant des problématiques tout à fait présentes, il n'en reste pas moins qu'aujourd'hui, plus que jamais, les futurs qu'ils dépeignent semblent manifester une angoisse profonde, voire même un point de non retour, quant à leur souhaitabilité. Tout se passe comme si les fictions dystopiques lointaines imaginés dans les années 1980 étaient aujourd'hui des réalités bien présentes. Tout se passe comme si le futur était *déjà là*. En octobre 2017, le magazine *Usbek & Rica* remarque la ressemblance déroutante d'un nouveau robot nommé *RoboBee* avec celui, fictif, du sixième épisode de la troisième saison de *Black Mirror*. Quelques mois plus tard, alors que la Chine impose à ses citoyens un système de notation régulant leur statut social, c'est à l'épisode *Nosedive* de la même série que font référence certains médias, les enjoignant dans le même temps à souligner que, oui, « le futur est déjà là ».

Car nous aurions tort de croire que le futur existe de manière exogène à notre existence, il semble plus que jamais nécessaire d'en créer une pensée. Or, la survalorisation du terme, le chargeant tout autant de craintes que d'espoirs, semble avoir fait des mondes à venir une dictature qu'il conviendrait d'anticiper et pour laquelle il faudrait se « préparer », en témoigne la multiplication des méthodes de projections et de « conduite du changement ». Nos futurs sont envahis d'imaginaires,

¹ Traduit de l'anglais : « *I think what these films tell us is that we're taking a future of environmental catastrophe for granted,* »

KLEIN Naomi, « Dystopian Fiction's Popularity is a Warning Sign for the Future », *Wired*, [disponible en ligne : <https://www.wired.com/2014/12/geeks-guide-naomi-klein/>], publié le 2à décembre 2014, consulté le 16 août 2018

² COLLINS Suzanne, *Hunger Games*, Paris, Pocket Jeunesse, 2009

³ ATWOOD Margaret, *The Handmaid's Tale*, Anchor Books, 1998

⁴ BROOKER Charlie (réal.), *Black Mirror*, Channel 4, 2011

pour certains très anciens et semblent à présent appartenir à ceux qui sauraient les manipuler, voire, plus simplement, les actualiser. Cependant, les défis sans précédents (changement climatique, raréfaction des ressources, inégalités croissantes...) auxquelles font face les sociétés contemporaines ont poussé certaines organisations à repenser les modèles traditionnels et, tandis que les anciennes méthodes prospectives échouent, certaines d'entre elles cherchent à imposer des visions véritablement alternatives du monde. Ces représentations, bien qu'imaginaires, sont tout à fait performatives : elles « finissent forcément par rencontrer leur vérité et rendre évidente la relation entre discours et action⁵ ». Il est intéressant à ce titre de rappeler que les assistants vocaux, dont le plus célèbre est aujourd'hui Siri, pourraient tout à fait être pensés comme l'actualisation de nombreux récits de science-fiction dont se sont emparés les mastodontes technologiques actuels. C'est de la nécessité de repenser ce lien étroit entre imaginaires, fictions et innovation, que sont nées certaines pratiques dont fait partie notre objet d'étude, le design fiction.

Si la protéiformité de cette discipline rend difficile l'exercice de sa définition, nous nous concentrerons ici sur la plus récente, sans toutefois en masquer la filiation avec des approches plus anciennes. À la croisée des sciences, des nouvelles technologies et de la société, elle pose en effet la question, déjà posée dans les années 1970, du rôle du designer en société et plus largement de sa responsabilité au sein des états du monde qu'il produit. Pour beaucoup d'entre nous, le design se résume en effet à, comme le soulignait Walter Gropius, fondateur du mouvement du Bauhaus, « donner une forme adéquate aux conditions de vie⁶ » en s'attachant, selon Herbert A. Simon cette fois, à « transformer des situations existantes en situations préférables⁷ ». Cependant la « préférabilité » est une notion complexe et forme avec celle d'« adéquation » un aspect éminemment subjectif de ces définitions. Elles forment aujourd'hui un ensemble de pratiques éparées qu'il convient de distinguer.

En effet, nous connaissons pour beaucoup le design pour son travail sur la forme et par extension sur son esthétique et son confort d'utilisation. Néanmoins, le rôle du designer peut être questionné dès lors que l'on observe que ce même travail

⁵ CROZAT Dominique, *La performativité pour dépasser la représentation (ou tout un monde à s'inventer)*, Université Paul, Valéry Montpellier, 2009.

⁶ GROPIUS Walter « Propositions en vue de la fondation d'un établissement d'enseignement, conseiller artistique de l'industrie, des métiers d'art et de l'artisanat » in. ARON Jacques (dir.), *Anthologie du Bauhaus*, Bruxelles, Didier Devillez éditeur, 2002

⁷ SIMON Herbert A., *The Sciences of the Artificial*, 3^e édition, Cambridge, MIT Press, 1996

peut masquer certaines forces à l'œuvre dans le produit. Nous nous inscrivons ici dans la pensée de Bruno Latour, qui fait des objets qui nous entourent des *agents sociaux*. Dans son ouvrage *Changer de société. Refaire de la sociologie*, il préconise en effet d'élargir le champ de la sociologie à des acteurs qui « ne sont pas eux-mêmes faits en matière social⁸ ». Si nous acceptons alors que le design, en agissant sur les *usages* agit sur la manière dont ces objets nous *font faire*, il peut de ce fait porter des valeurs sociales et politiques, voire idéologiques. À cela, nous pouvons également ajouter la réflexion d'Umberto Eco selon laquelle le design manipule des lexiques iconologiques, stylistiques et rhétoriques s'appuyant sur des dimensions « externes » psychologiques, sociologiques et politiques⁹. Il a donc une grande responsabilité dans la création d'une interaction spécifique avec le monde qui nous entoure, tout comme dans notre comportement avec celui-ci. Pourtant, ces objets pour la plupart *infra-ordinaires*¹⁰, pour reprendre le terme de Perec, ne soulèvent que trop peu leur engagement au sein de ces valeurs, masquant leur performativité et de ce fait, empêchant certaines discussions quant aux conditions de leur existence.

Le design fiction exprime une approche différente, si ce n'est contestataire, de celle que nous venons de citer. En constatant que nos imaginaires, en particulier en ce qui concerne l'innovation et les nouvelles technologies, ont été surinvestis ces dernières années – « colonisés » à la fois par la production de récits médiatiques et fictionnels, mais aussi par la conception de ces innovations elles-mêmes, « lissant » souvent les enjeux sociologiques et culturels que leur existence soulève –, il s'inscrit dans une démarche davantage critique, fondée sur l'utilisation de la fiction. Il consiste plus spécifiquement en la conception d'objets fictifs que nous désignerons sous le nom d'*artefacts*, volontairement dérangeants, afin de « suspendre l'incrédulité des gens face au changement¹¹ » et, de cette manière, engager des discussions quant à leur

⁸ LATOUR Bruno, *Changer de société. Refaire de la sociologie*, Paris, La Découverte, 2006, p. 93

⁹ QUINZ, Emanuele, « *A slight strangeness*. Objets et stratégies du design conceptuel » in DAUTREY Jehanne et QUINZ Emanuele (dir.), *Strange Design Du design des objets au design des comportements*, Villeurbanne : it: éditions, 2014, p. 20

¹⁰ PEREC Georges, *L'infra-ordinaire*, Paris, Seuil, 1989

¹¹ Traduit de l'anglais :

« *It's the deliberate use of diegetic prototypes to suspend disbelief about change* »

STERLING Bruce, « Sci-Fi Writer Bruce Sterling Explains the Intriguing New Concept of Design Fiction », *Slate*, publié le 2 mars 2012, consulté le 16 août 2018, [disponible en ligne : http://www.slate.com/blogs/future_tense/2012/03/02/bruce_sterling_on_design_fictions_.html]

préférabilité. Cette démarche spéculative vise, en finalité, à encourager une réflexion sur les futurs qui irait au delà du simple couple dystopie/utopie.

D'abord l'apanage de quelques designers, sa dimension contestataire des systèmes de productions actuels l'a souvent relégué au rang d'œuvre artistique et critique. Néanmoins, les efforts réalisés depuis quelques années par les designers eux-mêmes pour en faire un véritable objet de débat au sein de l'espace public lui ont ouvert une audience plus large et lui confèrent un statut plus imposant dans le champ du design. Cette popularité nouvelle a fait du design fiction un objet circulant dans les discours, notamment dans un contexte médiatique et organisationnel. Aujourd'hui, de nombreuses agences de conseils en font, après le *design thinking*, un nouveau champ du management de l'innovation, au détriment parfois de sa valeur critique et corrosive. Tout se passe comme si la pratique devenait, après les trop nombreux échecs essayés par la prospective, un nouveau moyen d'explorer des futurs pourtant incertains. En effet, car le design fiction reste davantage l'apanage du design que de la fiction en cela qu'il « dessine des mondes plutôt qu'il ne raconte des histoires¹² », son appropriation, dans un contexte compétitif, pourrait bien faire l'objet d'une véritable « arme de manipulation » des imaginaires et des visions que nous envisageons comme préférables pour les organisations, sa dimension critique étant abandonnée toutefois car semblant contraire à certains enjeux stratégiques et impératifs marketing. Pourtant, la dimension éminemment réflexive qu'offre la posture critique de cette démarche ne représente-elle pas un formidable potentiel de renouvellement de l'organisation elle-même ? Ce questionnement nous a amené à conduire notre travail de recherche avec l'ambition de répondre à la problématique suivante :

Dans quelle mesure l'exploration collective d'imaginaires alternatifs liée à la pratique du design fiction permet-elle aux organisations d'adopter une posture réflexive quant à leur propre transformation ?

Cette réflexion s'articulera autour des trois grandes hypothèses suivantes :

¹² Traduit de l'anglais : « *It's not a kind of fiction. It's a kind of design. It tells worlds rather than stories.* »

STERLING Bruce, « Sci-Fi Writer Bruce Sterling Explains the Intriguing New Concept of Design Fiction », *Slate*, publié le 2 mars 2012, consulté le 16 août 2018, [disponible en ligne : http://www.slate.com/blogs/future_tense/2012/03/02/bruce_sterling_on_design_fictions_.html]

Nous faisons la première hypothèse que la naissance du design fiction en tant que pratique spéculative et critique du design correspond au constat de la nécessité de renouveler notre pensée des futurs de manière à lutter, par extension, contre des imaginaires préexistants dont la prégnance engage une vision normative des possibles.

Pour explorer cette hypothèse et juger de sa validité, nous examinerons les futurs sous l'angle de leur virtualité et de leur *trivialité*¹³. Le lien qui les unit avec de nombreux récits faits d'espoirs comme de désillusions nous amènera à nous interroger, via un détour chronologique par différentes époques historiques, sur nos manières d'être au temps et d'envisager ou non le futur dans sa *possibilité*. Nous examinerons enfin en quoi les pratiques spéculatives au sein du design sont nées d'une volonté de réappropriation de la discursivité de ces possibles.

Notre deuxième hypothèse est que le design fiction, dans son ambition de créer « une matière à débattre » consiste en l'activation d'une double stratégie, à la fois narrative et rhétorique, permettant l'appropriation de sa critique au sein des publics.

Nous envisagerons ici le design fiction comme un processus de médiation, instituant une situation de communication entre le designer, sa proposition et le public. À travers l'étude de différents projets, nous examinerons en quoi ceux-ci parviennent-ils à déranger suffisamment leur audience pour que celle-ci s'oblige à en débattre tout en ne tombant pas dans des travers émotionnels et répulsifs possibles.

Enfin, notre dernière hypothèse consiste à souligner la complexité de l'appropriation au sein de l'organisation de cette pratique, la dimension critique et réflexive du design fiction ne pouvant que difficilement être garantie face à des contraintes économiques et stratégiques évidentes.

Nous étudierons à ce titre différentes expériences de cette pratique dans des contextes divers et tenterons d'observer de quelle manière les discours professionnels valorisent cette pratique. Nous replacerons cette étude au sein de la problématique de la transformation de ces organisations comme structures évolutives.

¹³ JEANNERET Yves, *Critique de la trivialité*, Paris, Éditions Non Standard, 2014

De manière à valider ou invalider ces hypothèses, nous avons mis en place différentes méthodologies :

Nous avons tout d'abord constitué un corpus d'une dizaine de projets de design spéculatif. De manière à rendre compte de la protéiformité de la pratique, nous avons choisi de la concevoir ici dans sa signification la plus large que nous attribuons à Bruce Sterling : « l'usage délibéré de prototype diégétique pour suspendre l'incrédulité du public face au changement¹⁴ ». L'instabilité signifiante de cette définition nous a permis de constituer un corpus éclectique, capable de rendre compte des différentes démarches à l'œuvre au sein d'un même champ de pratique. Les projets ont donc été sélectionnés de manière à recouvrir l'ensemble de l'existence de ce dernier, de sa naissance dans les années 1970 à aujourd'hui. Nous tenions également à convoquer dans ce corpus des projets médiatisés dans différents lieux (institutions, entreprises, musées) à l'aide de différents médiums (vidéo, photographies, démonstrations in situ, prototypes physiques...). Cet éclectisme nous a permis de réaliser une étude sémiologique rendant compte à la fois des postures endossées par les designers mais aussi de l'importance des choix de ces derniers dans la conception d'un contexte de réception favorable ou non au débat et à la critique. Si nous avons choisi, par souci de ressources suffisantes à notre réflexion, des projets sur lesquels une littérature ainsi que des « retours d'expérience » de leurs concepteurs étaient déjà constitués, nous avons néanmoins conscience que ceux-ci correspondent à la face émergée d'un ensemble qui ne peut rendre compte exactement de son existence actuelle. En effet, de nombreux projets de design fiction sont gardés confidentiels par les organisations, jugés trop critiques pour une diffusion en externe.

Nous avons également complété notre méthodologie de recherche par une analyse des discours d'escorte, au sens large, entourant la pratique. Pour cela, nous avons envisagé les textes fondateurs et manifestes de la pratique comme des objets d'études traversés de récits opérant au sein même de son institutionnalisation. À

¹⁴ Traduit de l'anglais :

« *It's the deliberate use of diegetic prototypes to suspend disbelief about change* »

STERLING Bruce, « Sci-Fi Writer Bruce Sterling Explains the Intriguing New Concept of Design Fiction », *Slate*, publié le 2 mars 2012, consulté le 16 août 2018, [disponible en ligne : http://www.slate.com/blogs/future_tense/2012/03/02/bruce_sterling_on_design_fictions_.html]

l'étude de ces discours, nous avons ajouté ceux, plus récents, opérés par certaines agences de conseils et médias participant à l'appropriation de la pratique dans un contexte professionnel. Cette analyse nous a permis de comprendre les différents détournements dont la pratique peut aujourd'hui faire l'objet et d'affiner notre regard critique sur ces derniers.

Enfin, nous avons réalisé une série d'observations participantes. Nous avons tout d'abord suivi, de septembre à avril 2018, un groupe de réflexion et de débat sur la pratique du design fiction, le *Design Fiction Club*, organisé par Max Mollon à la Gaité Lyrique¹⁵. La richesse, mais aussi la vigueur des échanges que nous avons pu y observer nous ont apporté une certaine rigueur quant au traitement de la question relative à la responsabilité éthique du designer dans la conception des futurs. Nous avons également pu participer à l'élaboration d'une design fiction au sein de l'agence Spintank pour le compte du Ministère de la Transition Écologique et Solidaire et plus spécifiquement de sa communauté de prospective et de veille sur les transitions nommée Explor'ables¹⁶. Cet atelier, consistant en l'élaboration d'un faux journal de 2022, a été conçu en collaboration avec les deux parties durant le mois de mars 2018, puis proposé aux participants lors du 1^{er} Forum Annuel d'Explor'ables le 3 avril 2018¹⁷. Si notre implication évidente dans l'ensemble du processus de conception et de diffusion nous empêche d'employer cette observation à un niveau de rigueur méthodologique suffisant pour en faire un objet d'étude, nous utiliserons néanmoins cette expérience dans la réflexivité qu'elle a pu nous offrir sur cette pratique au sein d'organisations.

À l'aide de cette méthodologie et pour répondre à notre problématique, nous nous pencherons tout d'abord sur la dimension réflexive et critique des pratiques spéculatives tout comme sur leur impact sur les imaginaires relatifs aux futurs. Cette réflexion nous amènera dans un deuxième temps à considérer le design fiction comme une situation de médiation dans laquelle s'opère différentes stratégies narratives et

¹⁵ « Design Fiction Club », organisé par Max Mollon, 2017-2018, Gaité Lyrique (Paris)

¹⁶ « Les Explor'ables », MTES, [disponible en ligne : <https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/explorables>], publié le 21 septembre 2017, consulté le 16 août 2018

¹⁷ Voir Annexe 9 *Élaboration d'un atelier de design fiction, Ministère de la Transition Écologique et Solidaire*

rhétoriques. Enfin, nous nous questionnerons sur l'appropriation de cette rhétorique au sein des organisations et sur les enjeux stratégiques et éthiques qui en découlent.

I. Le design spéculatif, une approche critique et réflexive de la préférabilité des futurs

Lorsque nous pensons à notre avenir, nos imaginaires sont colonisés par une multitude de visions technologiques. Entre utopie et dystopie, ces visions pèsent, aujourd'hui encore, sur notre manière d'appréhender l'incertitude qu'il nous offre. En proposant une alternative à ces mythes technologiques, le design spéculatif ambitionne de questionner les futurs sous l'angle, non plus de leur probabilité, mais de leur préférabilité.

A. Mythologies du futur et analyse critique des grands récits de la technique

La pensée du futur a, depuis toujours, été investie par l'Homme. En réponse au désarroi dans lequel son incertitude nous place, de nombreux récits et fantasmes l'investissent, notamment sous l'angle de la technique. Ils forment aujourd'hui de véritables mythologies des futurs diffusées au sein de nos imaginaires.

1. **L'objet technique, entre fonctionnalité et fictionnalité**

Lorsque nous pensons aux objets techniques qui nous entourent, nous ne soulignons souvent que leur fonctionnalité, leur instrumentalité (à quoi ils servent). Pourtant, comme beaucoup d'autres, ils relèvent également d'une construction sociale et culturelle et sont traversés par des imaginaires, qu'ils transportent eux même à leur tour.

Pour étudier la valeur et la forme que prennent ces imaginaires dans notre conception de la technique et du progrès, il nous semble important dans un premier temps d'en tenter une définition. Pierre Musso, dans son article *Usages et imaginaires des TIC*, définit l'imaginaire comme « un ensemble de représentations sociales articulées : à la fois du réel transformé en représentation et la réalisation de représentations sociales ou individuelles.¹⁸ » Pour les comprendre et les utiliser en objet d'étude, il est important de les distinguer de l'*imagerie* : tandis que l'imagerie

¹⁸ MUSSO Pierre, « Usages et imaginaires des TIC » in LICOPPE Christian, dir., *L'évolution des cultures numériques*. Paris, FYP éditions, 2009, p. 201

« se contente de classifications, d’analogies, d’image et de discours¹⁹ », l’imaginaire, lui, « suppose une structuration possible des représentations, l’identification d’archétypes ou de schèmes²⁰ ». Il nécessite donc un travail sur les structures même de représentations et donc de définir des grilles de lecture spécifiques. Beaucoup de penseurs se sont penchés sur cette question. La richesse de leurs travaux en montre toute sa complexité. Nous utiliserons néanmoins la notion d’imaginaire qu’a proposé Gilbert Durand : « le musée de toutes les images passées, possibles, produites et à produire » incluant les « procédures de leur production, de leur transmission, de leur réception²¹ ».

Maintenant que cette notion semble éclaircie, nous l’étudierons dans les prochaines lignes l’imaginaire associés aux objets techniques. Nous soulignerons ici leur dualité, entre fonctionnalité et fictionnalité, qui peut se décerner lorsqu’on regarde de plus près les visions qui leur sont attribuées. Par exemple, une vision utilitariste de l’objet technique le considèrera comme « un instrument avec lequel le sujet agit²² ». Cette première acceptation transporte l’idée de la technique au service de l’homme. Cependant, Lucien Sfez a montré que cette vision peut aussi être contrebalancée par de nombreux discours selon lesquelles l’homme est asservi par les objets techniques qu’il a lui même créé. Selon cette assertion, c’est la technique qui permet à l’homme d’exister « mais non en dehors du miroir qu’elle lui tend²³ ». Si ces deux visions choisies parmi une multitude d’autres s’opposent, elles s’interpénètrent également et font toute la complexité de notre rapport à la technique et ses usages. Ces visions, que nous cessons de transporter avec nous, sont autant de représentations socio-culturelles, d’histoires que l’on se raconte. Associés à des schèmes et des images, elles forment des techno-imaginaires²⁴, structurant eux mêmes les usages de la technique. Pierre Musso souligne à ce titre la posture de nombreux anthropologues, qui, en se livrant à des « autopsies » d’objets techniques et de leurs usages, ont souligné la prégnance de

¹⁹ MUSSO Pierre et al. *Fabriquer le futur 2 : L’imaginaire au service de l’innovation*, Paris, Pearson France, 2007. p.11

²⁰ MUSSO Pierre, *Usages et imaginaires des TIC. L’évolution des cultures numériques*, op. cit., p. 205

²¹ DURAND Gilbert, *L’imaginaire. Essai sur les sciences et la philosophie de l’image*, Paris, Hatier, 1994. p.27

²² MUSSO Pierre, *Usages et imaginaires des TIC. L’évolution des cultures numériques*, op. cit., p. 201

²³ SFEZ Lucien, *Critique de la communication*, 3è édition. Paris, Le Seuil, coll. « Points », 1992.

²⁴ BALANDIER Georges, « Communication et image : une lecture de la surmodernité » in, *De la tradition à la post-modernité - Hommage à Jean Poirier*, Paris, Les Presses Universitaires de France, 1996. p. 48

ces imaginaires. Claude Levi-Strauss l'a lui même souligné en affirmant que les sociétés ont « un besoin pressant de se mystifier elles-mêmes²⁵ ».

S'ils sont capables de produire autant de discours, depuis si longtemps, c'est parce que les techno-imaginaires sont ambivalents. Comme Georges Balandier a pu le souligner, ces derniers se déplacent entre « techno-messianisme » (la technique existe pour solutionner les problèmes de l'humanité) et « techno-catastrophisme » (la technique est pourvoyeuse des maux de l'humanité)²⁶. Cette polarisation des imaginaires, nous la voyons encore aujourd'hui dans la plupart des récits autour de nos objets techniques. Prenons l'exemple de la biotechnologie dont la littérature est riche. Alors qu'un premier média applaudit la découverte d'un nouveau remède, grâce à une avancée technologique, soignant une pathologie autrefois incurable, un autre sanctionne les *biohackers* de « savants fous²⁷ ». Cette ambivalence fait toute la complexité de l'étude des imaginaires et nourrit la production de récits associés à l'objet lui même, voire participant à son mode d'existence, son « essence » :

Ainsi l'imaginaire peut-il être considéré comme une fiction associée à, ou accompagnatrice de, la technique (qui l'éclaire et la complète), voire constitutive de son essence en tant que techno-imaginaire. L'essence de la technique serait d'inclure la religiosité et de produire des fictions, et même des « utopies technologiques » (...).²⁸

L'objet technique porte donc en lui une dualité complexe, qui fait de lui à la fois un instrument dont on se sert et des histoires que l'on se raconte. Cette dualité s'exprime, nous allons le voir, également dans le récit que se fait une époque d'elle même, de son passé comme son avenir.

Entre fonctionnalité et fictionnalité, l'objet technique s'exprime sous la forme de techno-imaginaires. Mais en devenant synonyme de progrès durant l'époque moderne, il est aussi devenu promesse, chargeant en lui une pensée du futur spécifique.

²⁵ LEVI-STRAUSS Claude, *L'anthropologie structurale*. Paris, Plon, 1996. p.145

²⁶ BALANDIER Georges, « Communication et image : une lecture de la surmodernité » in JARDEL, Jean-Pierre (dir.), *De la tradition à la post-modernité - Hommage à Jean Poirie*, op. cit.

²⁷ MORIN Lucile, « Biohackers, l'internationale des savants fous », *Les Échos*, [disponible en ligne : http://www.liberation.fr/futurs/2014/11/09/l-internationale-des-savants-fous_1139780], publié le 9 novembre 2014, consulté le 12 mai 2018.

²⁸ MUSSO Pierre, *Usages et imaginaires des TIC. L'évolution des cultures numériques*, op. cit., p. 203

2. La pensée techno-positiviste, un opérateur de survalorisation du futur

Pour comprendre les liens particulièrement complexes qu'entretiennent ces techno-imaginaires avec le concept de *progrès* et, par extension, la manière dont ils ont influé sur notre conception du futur, un détour par l'idéologie positiviste peut être utile.

Chargés d'autant de craintes que d'espoirs, ces techno-imaginaires ont été construits puis diffusés largement durant l'époque dite moderne. Avant de se concentrer plus précisément sur cette diffusion et la valorisation produite sur la pensée du futur, attardons-nous peut-être un instant sur la notion de *modernité*. Employée dans le langage courant, elle se définit surtout par négation : ce qui est moderne est actuel et n'appartient surtout pas au passé. Il y a là l'idée, pour reprendre les mots de Nicolas Nova, ethnographe et chercheur en design, d'une « distinction entre ancien et nouveau, caractérisée par un dépassement, voire une négation de la tradition²⁹ ». Dans le cadre historique, cet adjectif recouvre également une époque de rupture, celle d'une révolution intellectuelle débutant à l'aune du XVI^e et s'étendant jusqu'aux XX^e siècle, consistant à concevoir le monde comme une « réalité intelligible grâce à des explications rationnelles³⁰ ».

Cette période historique fût accompagnée de grandes découvertes, notamment scientifiques, proposant une nouvelle manière d'appréhender le monde : en tournant le dos au passé et en ne regardant, idéalistes, que vers l'horizon de l'avenir — cet avenir n'étant envisagé que plus beau, plus éclatant. Derrière la notion de *modernité*, celle de *progrès* n'est donc pas loin, libérateur de la condition humaine et « pilier de l'évolution du monde occidental³¹ ». Dans son ouvrage *Défaire la tyrannie du présent*, Jérôme Baschet rappelle lui aussi combien la modernité a consisté par dessus tout « à partager la croyance en un futur meilleur, sinon radieux, garanti par le caractère inéluctable du Progrès infini, érigé en loi de l'Histoire³² ». Cette vision a su trouver en l'époque moderne une légitimation forte au sein de la pensée positiviste.

²⁹ NOVA Nicolas, « La mort du futur ? » in *Futurs ? La panne des imaginaires technologiques*. Paris, Les moutons électriques, 2014, édition ePub.

³⁰ Ibid

³¹ Ibid

³² BASCHET Jérôme, *Défaire la tyrannie du présent*, Paris, La découverte, 2018

Nous remarquons déjà dans cette assertion l'influence de cette idéologie sur notre manière de penser le temps, ligne infinie dont la direction est toujours devant nous.

L'idéologie sous-jacente, plus tard qualifiée de positiviste, suppose que notre civilisation va vers un avenir meilleur, en particulier grâce à une connaissance accrue des lois qui régissent l'univers et à l'avènement d'une créativité technique, grâce aux machines.³³

Or, cette vision techno-positiviste produit une attente toujours plus forte de l'avenir, au détriment du passé et surtout du présent « de telle sorte que ce qui vient (dans le futur) s'annonce comme toujours plus différent de ce qui a déjà été (dans le passé)³⁴ ». Cet horizon d'attente s'est vu accompagné d'une multitude de récits sur les objets techniques et fut incarné dans une esthétique dite « futuriste » - en cela qu'elle est caractérisée par la domination du point de vue du futur. Cette esthétique se retrouve dans le champ du design et de l'architecture au sein de réalisations minimalistes, dépouillés d'éléments superflus. Leur forme est toute entière basée sur leur fonctionnalité. Nous pouvons retrouver aujourd'hui cette esthétique et la pensée qui l'accompagne dans bien des artefacts de la culture science-fictionnelle. L'idéologie techno-positiviste n'a jamais quitté nos récits sur la technologie et l'innovation, colonisant nos imaginaires de robots humanoïdes, « symboles de la mécanisation, de l'automatisation et donc de l'avancée sociale par le temps libéré qu'ils proposent³⁵ ». Elle a produit l'avènement de rêves et utopies, permis par les avancées scientifiques, d'une part et a constitué une formidable source d'inspiration créative sur la technologie et la science de l'autre. Ce double mouvement fut particulièrement visible lors des expositions universelles de New York en 1939 et 1964. En 1939, l'exposition eu en effet pour thème les « mondes de demain³⁶ » : la scénographie « futuriste » des pavillons comme les représentations produites font partie de la multitude de fragments laissés par l'idéologie positiviste sur notre conception de l'avenir comme du présent en devenir.³⁷ Ces imaginaires et idéologies ont imposé l'idée d'un futur compris dans une continuité temporelle linéaire, comme un objectif à atteindre.

En évoluant dans une pensée techno-positiviste, les techno-imaginaires se sont nourris d'une idéologie selon laquelle la civilisation humaine irait vers un avenir

³³ NOVA Nicolas, *Futurs ? La panne des imaginaires technologiques*. op. cit.

³⁴ BASCHET Jérôme, *Défaire la tyrannie du présent*, op. cit., p. 63

³⁵ NOVA, Nicolas. *Futurs ? La panne des imaginaires technologiques*. op. cit.

³⁶ Voir Annexe 1.1 *The Worlds of Tomorrow*

³⁷ Voir Annexe 1.2 *Le pavillon Futurama*

meilleur grâce à la technique. Ceci a rapproché l'objet technique de l'idée de progrès, survalorisant de la même manière le « Futur » comme un objectif à atteindre.

3. De la fonction instituante des discours et mythes techno-positivistes

Cette survalorisation de l'idée d'un seul et grand futur, tout comme les imaginaires qu'il convoque, diffusent l'idée d'un avenir à accomplir. Or cette pensée n'a pas été sans impact sur les institutions en place, légitimant leur rôle *via* un « projet » commun.

L'imaginaire a longtemps été défini en opposition au réel. Dans le champ de l'épistémologie, il n'a eu que très peu sa place en tant que nourriture intellectuelle au service de la création scientifique. Pourtant, nous l'avons vu, l'imaginaire n'est jamais sorti du réel en cela qu'il part de lui tout comme il en produit. C'est un « réel voilé³⁸ ». Il a tout avoir avec le réel en cela qu'il est, selon Pierre Musso, du « réel transformé en représentation et la réalisation de représentations³⁹ ». Or, cette tendance à réifier la production des imaginaires a produit une mystification de certains processus et phénomènes, les voilant aussi de grands récits. C'est notamment le cas des imaginaires techniques. Pour comprendre cela, il est nécessaire de revenir à la notion de mythe et à ce qu'elle recouvre dans le champ anthropologique. Pierre Musso le définit en ce sens : « Le mythe est un grand récit — écrit ou oral — qu'une société se donne : il constitue un univers de sens ouvert à de multiples interprétations.⁴⁰ » En tant qu'univers de sens, le mythe explore habituellement les parts des mondes inconnus à une société. Le hors-série *L'Atlas des utopies* des médias Le Monde et La Vie y consacre une double page et souligne la fonction de l'imaginaire dans la tentative de l'homme « d'apprivoiser la peur de l'inconnu qui le tenaille⁴¹ ».

Nous savons pourquoi les lieux imaginaires ont disparu, mais pas pourquoi ils ont été créés. Ils répondent en fait à un besoin important et précis : quelque chose d'inquiétant, qui nous trouble mais qu'on ne peut pas évacuer, ou que l'on désire mais qu'on ne peut

³⁸ D'ESPAGNAT Bernard, *À la recherche du réel*, Paris, Bordas, 1981.

³⁹ MUSSO Pierre et al. *Fabriquer le futur 2 : L'imaginaire au service de l'innovation*, Paris, Pearson France, 2007. p.13

⁴⁰ MUSSO Pierre et al. *Fabriquer le futur 2...*, op. cit.. p. 20

⁴¹ PELLEGRINO Francesca, « L'inconnu, ce monstre qui nous dévore », *L'Atlas des Utopies*. 1^{ère} éd., Paris, Le Monde, 2012. p. 50

obtenir, qui doit être éloigné pour devenir inoffensif, mais il faut aussi, par force, en admettre l'existence afin de ne pas en être obsédé.⁴²

Cette observation rejoint l'analyse du mythe par Roland Barthes. Lorsqu'il affirme que « le mythe est une parole⁴³ », il attribue à un concept traditionnellement associé à la littérature un explication communicationnelle. Le mythe est un mode de signification, une forme signifiante et non un objet signifié. Il ne se définit donc non pas par l'objet de son message « mais par la façon dont il profère⁴⁴ ». Or, c'est dans cette profération, que se joue un rapport singulier entre le *sens* et la *forme*. Dans un mythe, compris comme système sémiotique, le *sens* postule un savoir, un ordre comparatif de faits car il porte en lui une structuration de représentations et d'images déjà existantes. Pourtant, la force du mythe tient en cela que sa forme est toute entière dédiée à un appauvrissement de ce sens, le voilant de ce fait. En fonctionnant par la connotation et la redondance d'images et de représentations, le mythe devient un « méta-langage » car « il est une seconde langue *dans laquelle* on parle la première⁴⁵ ». De ce jeu sémiotique, le mythe en tire un caractère impératif et interpellatif. En masquant ce système de signification par une parole excessivement justifiée, le mythe semble provoquer naturellement le concept et masque les représentations auxquelles il fait appel dans un premier temps. Le mythe s'empare de la fiction en lui donnant une valeur de vérité, faisant d'elle un discours réifié.

Cette analyse nous est particulièrement utile pour étudier combien la représentation occidentale de la technique (surtout depuis l'arrivée des technologies numériques) a été travaillée par certains grands mythes fondateurs, leur conférant un sens singulier sans que celui-ci ne puisse se manifester directement. Abraham Moles, en observant la manière dont ces imaginaires infusent dans l'inconscient collectif, a identifié plusieurs « techno-mythes⁴⁶ » dont le mythe de Gygès, qui consiste à surveiller sans être vu, que nous pourrions aujourd'hui associer aux drones ainsi que le mythe de Babel, qui consiste en la recherche d'une bibliothèque universelle et auquel nous pouvons par exemple associer l'ambition de Wikipedia.⁴⁷ Cette

⁴² Ibid.

⁴³ BARTHES, Roland. *Mythologies*. Paris, Points, 2014, p. 211

⁴⁴ Id. p. 212

⁴⁵ Id. p. 219

⁴⁶ MOLES Abraham, « La fonction des mythes dynamiques dans la construction de l'imaginaire social », *Cahiers de l'imaginaire*, n°5/6, 1990. p. 9-33

⁴⁷ Ibid.

réactualisation de mythes anciens (souvent appelés mythes « fondateurs ») a eu un double effet sur la pensée de l'innovation technique : celui de masquer le caractère éminemment social de cette dernière, la présentant comme une réalité naturelle, tout en donnant un sens, une direction, un « projet » commun.

Dès lors, il est important de souligner le caractère fortement instituant de ces discours sur la technique. Dans ce champ, les imaginaires, certes multiples, ont été infusés — voire « infestés » — de modèles et de mythes, construisant un inconscient collectif qui pèse, encore aujourd'hui, très lourd sur la manière dont nous concevons le futur. Dans son ouvrage *Le postmoderne expliqué aux enfants*, Jean-François Lyotard rappelle l'influence de ces grands récits dans notre rapport au temps en cela qu'ils « prennent en charge l'histoire ». Il insiste de ce fait sur leur caractère performatif et empirique et ajoute, pour finir, qu'ils « déterminent la pensée et l'action⁴⁸ ». Si, comme nous l'avons souligné, ils se réalisent via la réactualisation de mythes anciens, ils donnent donc, tout comme ces derniers, un sens aux événements tout en orientent les pratiques et la pensée de celles-ci. Cependant à la différence des mythes fondateurs, ces techno-mythes se diffusent au sein d'une pensée moderne dans laquelle le progrès est le grand émancipateur, le but à atteindre. Ce projet légitime d'autant plus leur présence, tout comme celle des institutions qui permettront sa réalisation.

Ces récits ne sont pas des mythes au sens de fables (même le récit chrétien). Certes, comme les mythes, ils ont pour fin de légitimer des institutions et des pratiques sociales et politiques, des législations, des éthiques, des manières de penser. Mais, à la différence des mythes, ils ne cherchent pas cette légitimité dans un acte originel fondateur, mais dans un futur à faire advenir, c'est-à-dire dans une Idée à réaliser.

C'est là une des premières critiques que nous ferons aux imaginaires actuels de l'innovation technique : colonisés par tant et tant d'histoires anciennes (dont l'influence est écrasante), devenant à leur tour des mythes technologiques, ils s'appauvrissent dans leurs formes, instituant un certain rapport au monde que l'on ne saurait fuir.

⁴⁸ « La pensée et l'action des XIXe et XXe siècles sont régies par une Idée [...]. Cette Idée est celle de l'émancipation. Elle s'argumente certes tout différemment selon ce qu'on appelle les philosophies de l'histoire, les grands récits sous lesquels on tente d'ordonner la foule des événements. » LYOTARD Jean-François, *Le postmoderne expliqué aux enfants*, Paris, Galilée, 1988, p. 45

Fondé dans un « pas encore là » déjà présent, le futur est un lieu fertile dans lequel les imaginaires se cultivent, devenant de véritables mythes. Néanmoins, à l'heure du désenchantement du monde et de la fin des grands récits de l'émancipation, nous sommes en droit de nous demander, pour reprendre les mots de Nicolas Nova : « où est passé le futur ? »

B. Le futur : un à-venir sans alternatives ?

Offrir au futur un mode d'existence est d'une grande complexité philosophique tant il a été investi différemment selon les époques. Aux futurs souhaités dans le présent coexistent des futurs désirés dans le passé. Néanmoins, ceux-ci sont tout entiers aspirés actuellement par l'urgence du présent, amenuisant la pensée des futurs de tous les potentiels que son incertitude nous laisse.

1. **Condition postmoderniste et désenchantement du monde**

Nous l'avons vu, l'époque moderne a tenu un rôle important dans notre conception du futur en jouant sur la fictionnalité des objets techniques et en conférant à la technologie le rôle – qui n'est pas des moindres – d'apporter un avenir meilleur et émancipateur à la civilisation. Or, durant le dernier siècle, plusieurs événements ont remis en question ce projet.

En effet, plusieurs philosophes du XXe siècle – J.F Lyotard, Baudrillard, Jameson, Foucault pour n'en citer qu'une partie – ont souligné la disparition des grands récits et de l'idée d'un « Futur » grandiose et émancipateur, définissant de la même sorte cette condition spécifique sous le nom de postmodernité. Jean-François Lyotard la définit lui même comme : « l'incrédulité à l'égard des métarécits⁴⁹ » dans *La condition postmoderne*. Ce n'est donc pas tellement la réalisation, dans la forme, des futurs narrés auparavant qui est remise en cause, mais bien plutôt la réussite du projet émancipateur qui soutenait alors leur réalisation.

C'est dans ce même ouvrage, écrit en 1979, que J.F. Lyotard qualifie le postmodernisme comme la condition des sociétés déçues par les promesses du modernisme. Ce qui caractérise cette condition, plus qu'une période historique, c'est

⁴⁹ LYOTARD, J.F, *La condition postmoderne*, Paris, Editions de Minuit, 1979, p. 7

bien la perte de confiance des sociétés dans le grandiose avenir prédit auparavant. Elle s'est lentement formée par le concours de plusieurs évènements et processus de l'époque moderne, souvent liés à un « désenchantement du monde⁵⁰ ». L'avènement des transports a ainsi prouvé que la planète était à présent entièrement parcourue faisant des grandes découvertes du nouveau monde un récit appartenant à présent au passé. Ajoutons à cela les deux guerres mondiales, l'holocauste et la création de la bombe nucléaire, montrant à la fois à quelle vitesse le monde, dans sa globalité, pourrait disparaître mais aussi la responsabilité de la technique dans ces désastres civilisationnels potentiels. Ces derniers ont donc mené à un sentiment singulier, celui de la perte des illusions entretenues sur l'avenir, nourrissant une hostilité croissante des populations à la science. Dans la dernière partie du XXe siècle, par exemple, les Etats-Unis voient la naissance de nombreux contestataires de la théorie de l'évolution ou du changement climatique⁵¹. Enfin, le freudisme et la théorie de l'inconscient a fini d'achever le projet antérieur, l'homme n'étant plus considéré comme un être purement rationnel. De la même façon, le doute prend une place considérable dans la postmodernité, envahissant tous les champs de l'existence et laissant la part belle au relativisme. Il y a donc là une véritable rupture et une déception par rapport aux récits passés. Pourtant, l'existence des imaginaires qu'ils convoquent est-elle révolue pour autant ? Que leur arrive-t-il vraiment ?

Dans la condition postmoderne, la consommation devient un principe d'autoréalisation, tentant de satisfaire non plus les besoins mais bien plutôt les désirs. Interrogée par Nicolas Nova sur ce point, la chercheuse en design Alexandra Midal répond :

Au moment où Rem Koolhaas avait sorti son livre *Shopping*, j'avais lu un entretien de lui dans lequel il affirmait : « la consommation est notre oxygène, il n'y a pas d'autres alternatives ». Ce qu'il postule là, c'est l'échec de la génération précédente [...]. Ces contradictions émanent de certains principes qui se sont instaurés aujourd'hui, en particulier l'idée que les principes de réalité prévalent sur les imaginaires.⁵²

⁵⁰ La formule « désenchantement du monde » a été employée la première fois par Max Weber pour désigner le processus de recul des croyances religieuses et magiques au profit d'explications scientifiques.

⁵¹ NOVA, Nicolas. *Futurs ? La panne des imaginaires technologiques*, Paris, Les moutons électriques, 2014, édition ePub.

⁵² NOVA, Nicolas. *Futurs ? La panne des imaginaires technologiques*, op. cit.

En effet, la célèbre allocution prononcée par Margaret Thatcher « There is No Alternative » agit comme une « incantation performative⁵³ » : s'il n'existe aucun échappatoire, rien ne sert alors d'imaginer des avenir différents. Nous assistons là à une nouvelle distance entre la *réalité* et l'*imaginaire*, avec en prime une inversion de valeur par rapport à la pensée antérieure. Néanmoins, les récits sur l'avenir subsistent, imaginant à présent un mono-futur catastrophique. Les craintes et désespoirs nourris par les expériences passées continuent à alimenter le genre de la science-fiction, créant différents mouvements davantage pessimistes en ce qui concerne le futur (les récits post-apocalyptiques, la *cli-fi* et le mouvement *cyberpunk* en sont des exemples). Tout se passe comme si, dans le domaine des imaginaires, l'insatisfaction et la déception ressenties dans la condition postmoderne ne pouvaient s'exprimer que par la récupération d'images et références du passé, pour les réinterpréter à l'aune d'une ère dans laquelle la technologie est devenue asservissante plutôt qu'émancipatrice.

2. L'influence des rétro-types : des futurs conjugués au passé

Les robots humanoïdes et autres voitures volantes n'ont pour autant pas disparu de nos visions du futur. Ils deviennent même des « marqueurs du futur⁵⁴ », soulignant le genre de l'anticipation. Comment, donc, expliquer la présence de ces « rétro-types⁵⁵ » dans nos imaginaires actuels, et quelles conséquences ont-ils sur notre manière d'envisager l'à-venir ?

Nous l'avons vu plus haut, la modernité a emporté avec elle les rêves du futur tout comme la croyance en avenir grandiose, émancipateur et libérateur. Si les grands récits alors diffusés sont à présent grandement relativisés, il n'en reste pas moins que nous ressentons une certaine nostalgie – que Nicolas Nova a appelé « *saudade do futuro*⁵⁶ » – par rapport à cette ancienne naïveté. Le terme *saudade* nous semble en effet plus juste que celui de *nostalgie* : intraduisible en français il exprime « un désir intense, pour quelque chose que l'on aime et que l'on a perdu, mais qui pourrait revenir

⁵³ MOLLON Max, « Design Fiction Club #7 : Des fictions qui changent le monde » in *Design Fiction Club*, organisé par Max Mollon, 24 avril 2018, Gaité Lyrique (Paris)

⁵⁴ NOVA, Nicolas. *Futurs ? La panne des imaginaires technologiques*, op. cit.

⁵⁵ BUBLEX Alain, DURING Elie, *Le futur n'existe pas : rétro-types*, Paris, Editions B42, 2014.

⁵⁶ NOVA, Nicolas. *Futurs ? La panne des imaginaires technologiques*, Paris, Les moutons électriques, 2014, format ePub.

dans un avenir incertain.⁵⁷ » On peut observer cette mélancolie dans la *retromania*⁵⁸, terme que Simon Reynolds emploie pour décrire la persistance des formes passées au sein de la culture populaire : reformations de groupes musicaux, reprises et *remakes* au cinéma, etc. Les mouvements *steampunk* et rétro-futuriste, apparus dans les années 1980, en plein cœur de ce fameux « désenchantement du monde » en sont aussi de parfaits exemples. Ils consistent en un double mouvement : c'est tout à la fois l'illustration d'un *futur obsolète* et celle d'un *rétro futurisé*.

Alain Bublex, artiste, et Elie DURING, philosophe, se sont tout deux penchés sur le fonctionnement et la signification des imaginaires convoqués dans de tels mouvements. Selon E. DURING, ils suggèrent en effet « le télescopage de visions du futur et de visions du passé, et l'intrication des unes avec les autres⁵⁹ ». Ce télescopage est dû à l'utilisation, au sein de la fiction, de propositions de futurs non encore réalisées, des « fantômes sémiotiques⁶⁰ ». Le futur, imaginé au présent, se nourrit ainsi de tous les futurs imaginés dans le passé. Plus encore, il en est la contraction. Pour tenter de caractériser la manifestation de ces futurs oubliés qu'il appelle « rétro-types⁶¹ », l'auteur fait appel à une image : celle de projectiles, lancés à toute vitesse depuis une époque révolue, nous dépassant parfois sur la grande route du temps. Ils n'existent pas, mais insistent en tant que futurs toujours possibles non encore réalisés. Ces modèles anciens continuent ainsi à alimenter nos imaginaires collectifs, certes de manière silencieuse et discrète mais aussi avec une force indiscutable.

Pour reprendre l'exemple du rétro-futurisme, les œuvres que ce dernier propose ne représentent pas tant une rêverie sur le passé qu'une « fantasmagorie du présent⁶² ». Cette dernière, de plus, « n'est pas une simple projection, mais une tendance objective travaillant au cœur du contemporain⁶³ ». En effet, les rétro-types décrits ici fonctionnent de manière performative : leur prégnance sur nos imaginaires actuels nous enferme dans un nombre de références limités, dans un « passé qui ne

⁵⁷ « Saudade », Wikipedia, [disponible en ligne : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Saudade>], consulté le 21 mars 2018.

⁵⁸ REYNOLDS Simon, *Retromania*, Marseille, Le mot et le reste, 2012.

⁵⁹ DURING Elie, « Ce que nous apprend le rétro-futurisme » in Bourriaud N. (dir.), *L'ange noir*, Paris, Éditions École des Beaux-Arts de Paris, 2013. p.218

⁶⁰ Id. p.227

⁶¹ BUBLEX Alain, DURING Elie, *Le futur n'existe pas : rétro-types*, op. cit.

⁶² Id. p.50

⁶³ Ibid.

« passe pas et un futur fermé⁶⁴ ». En étudiant ses spectres du passé, le philosophe Jacques Derrida a fondé le néologisme « hantologie⁶⁵ », décrivant une accumulation de traces du passé venant « hanter » nos visions du futur. Ce phénomène signale donc l'action continuée des futurs du passé au cœur du présent et forme donc un horizon d'attente, un objectif à atteindre, créant ou non les conditions d'existence d'un tel possible ou d'un tel autre. La publicité, mais aussi les médias en général ne sont pas innocents dans la diffusion de ces visions fantômes. Les affiches et les unes concernant le futur regorgent sémiotiquement d'isotopies les concernant. Le futur, tel qu'il a été pensé avant, se diffuse continuellement dans notre présent, nous faisant évoluer dans un nombre restreint de références, formant un répertoire qui semble se répéter sans fin, nous donnant l'impression de « tourner en rond⁶⁶ ».

Qu'ils aient été imaginés comme grandioses ou catastrophiques, les futurs du passé ont colonisés nos imaginaires, les ont pris en otage. Les projections et anticipations actuelles « montrent au mieux une perpétuation des mythes, au pire une panne des imaginaires⁶⁷ » qu'il conviendrait de relancer. Pour ne pas faire de l'avenir du « présent en réserve », une actualisation sans alternatives, c'est au cœur même de notre façon de penser le temps qu'il faut chercher.

3. Le futur, du présent en réserve ?

Lorsqu'on regarde vers les horizons du futur, regarder le parcours déjà accompli est souvent utile pour « mesurer les erreurs et détecter les impasses ». Or, la temporalité d'une époque n'est pas toujours celle qui prend le temps de ce coup d'œil en arrière. Nous étudierons ici la manière dont notre époque *est au temps* et ses conséquences sur la façon dont nous envisageons le futur.

Passé, présent, futur. Cette triade temporelle est connue de tous, dès le plus jeune âge. Elle nous permet de faire une lecture de notre existence par rapport aux existences passées et celles à venir. Pourtant, toutes les époques – voire toutes les civilisations –

⁶⁴ HARTOG François, « Historicité/régimes d'historicité », in DELACROIX Christian, DOSSE François, GARCIA Patrick et OFFENSTADT Nicolas (dir.), *Historiographies, Concepts et débats*, Paris, Gallimard, « Folio », 2010, vol II, p. 766-771. p. 770

⁶⁵ DERRIDA Jacques, *Spectres de Marx*, Paris, Galilée, 2006

⁶⁶ NOVA, Nicolas. *Futurs ? La panne des imaginaires technologiques*, op. cit.

⁶⁷ Ibid.

n'ont pas mis l'accent sur la même temporalité (que nous entendons ici comme le caractère de ce qui existe *dans* le temps). Dans les sociétés traditionnelles par exemple, c'était le passé qui dominait *via* le concept de l'héritage. Michel Maffesoli, sociologue et professeur émérite, souligne à ce propos l'origine étymologique *tra-dare* du mot « tradition » : l'idée de transporter ce qui a été donné⁶⁸. En tournant le dos à toute tradition et en entrant dans la modernité, le passé a été abandonné pour se tourner davantage vers le futur, au risque de ne pas prendre garde aux erreurs déjà commises. Ce que nous étudions ici, c'est la manière dont ces différentes sociétés ont pu penser leur rapport au temps, dont elles ont pu articuler passé, présent et futur. Pour faire l'observation de cette expérience du temps, l'historien François Hartog a fondé le concept de « régime d'historicité⁶⁹ ». Ce dernier permet d'observer des moments de rupture dans l'histoire, des « crises de temps⁷⁰ ». C'est donc cette même notion dont nous userons ici pour tenter de comprendre comment notre époque contemporaine se vit et pense son existence dans cette fameuse triade temporelle.

Ceci n'est pas chose aisée. En effet, notre époque articule de façon subtile et complexe ces temporalités. Néanmoins, la déception envers les espoirs technologiques de la modernité joue, là encore, un rôle non négligeable. Le futur, pensé « sans alternative », n'est envisagé que comme un « allongement temporel du présent⁷¹ » tandis que le passé, loin derrière nous, représente une « référence à assimiler et sur laquelle croître⁷² ». Si bien que le passé comme le futur semblent, dans la postmodernité, être tout entiers absorbés par le temps présent. L'avènement de la société consommation représente la recherche de profits immédiats tandis que les médias diffusent de l'information « en continu », accélérant le rythme dans des éditions *live*. Cette immédiateté induit une concentration des considérations, projections et attentes, amenuisant les champs des perspectives. Tout se passe comme si la post modernité vise « un présent qui est à lui même son propre horizon⁷³ ». Un présent, en

⁶⁸ MAFFESOLI Michel, « La postmodernité marque la fin de la République une et indivisible », *Philitt*, [disponible en ligne : <https://philitt.fr/2015/03/23/entretien-avec-michel-maffesoli-la-postmodernite-marque-la-fin-de-la-republique-une-et-indivisible>], publié le 23 mars 2015, consulté le 4 février 2018

⁶⁹ LESSAULT Bertrand, « F. Hartog. Régimes d'historicité. Présentisme et expérience du temps », *L'orientation scolaire et professionnelle* [disponible en ligne : <http://osp.revues.org/752>], publié le 28 septembre 2009, consulté le 4 février 2018

⁷⁰ Ibid.

⁷¹ BASCHET Jérôme, *Défaire la tyrannie du présent*, op.cit., p.26

⁷² Ibid.

⁷³ Id. p.27

somme, écrasant, hypertrophié, omniprésent. Le basculement est considérable, puisqu'on passe ainsi d'un régime futurocentré à un régime désormais présentocentré. Ce régime, François Hartog le nomme « présentisme ». Reprenant ce terme, Jérôme Baschet dans *Défaire la tyrannie du présent* le précise :

Il faut souligner que la temporalité marquée par la tyrannie de l'immédiat, imposée par la machinerie médiatico-économique, est tout le contraire de l'épanouissement de l'instant présent, pris en lui-même. En régime présentiste, l'instant présent est écrasé, soumis entièrement à ce qui vient. Tel est le propre de l'urgence : se précipiter dans l'action à accomplir comme si sa nécessaire durée pouvait se transmuier en un « tout de suite » ; faire en se projetant dans un presque-déjà-là. L'immédiateté du présentisme n'est donc pas celle de l'instant présent, mais celle du « coup d'après », vécu comme un déjà-présent. (...) ⁷⁴

Dans ce régime, l'instant présent est aspiré, le futur dépossédé de sa potentialité et le passé de son savoir.

Ce privilège accordé à un présent qui nous échappe a de grandes conséquences sur notre manière de penser les futurs, empêchant de les questionner en cela qu'il suggère de penser le futur par le seul prisme de sa réalisation au présent et non en tant que futur indéterminé. Or, c'est particulièrement sur le temps du futur que nous devons et pouvons agir pour trouver un consensus et ainsi éviter le retour au futur de la modernité, prévu d'avance. Afin de redonner au futur – et par conséquent aux choix présents – toute leur potentialité, c'est un avenir ouvert qui doit être envisagé :

Un futur qu'on peut dire possibilité, en ce sens qu'il n'est anticipé, imaginé et désiré que comme possible, et de surcroît comme possible nécessairement incertain (il pourrait ne pas être) et voué à être démenti dans le processus de sa propre réalisation (il ne pourra que s'avérer différent de ce pourquoi on se mettait en chemin vers lui). ⁷⁵

Dans cette citation, deux mots retiennent particulièrement notre attention : imaginé et désiré. Là est le cœur de l'enjeu de la pensée des futurs : agir sur leur désirabilité, voire même sur le désir de l'avenir lui-même. À ce sujet, Giorgio Agamben écrivait lui-même : « Sans foi ou confiance, le futur n'est pas possible. Il n'y a de futur que si nous pouvons espérer ou croire en quelque chose [...]. Quelque chose comme un futur existe dans la mesure où notre foi parvient à donner une substance, c'est à dire une réalité, à

⁷⁴ Id. p.105

⁷⁵ Id. p.217

nos espoirs.⁷⁶ » Ouvrir notre pensée des futurs aux possibles, c'est donc réactiver des espoirs tout en les considérant comme des élans de désir en pleine incertitude.

Une analyse de la condition postmoderne, même rapide, ne peut cacher la performativité et de la force des imaginaires anciens sur nos attentes en ce qui concerne l'avenir. Ils nous empêchent également de l'envisager et plus encore de le désirer dans son incertitude.

C. Questionner les futurs : de l'émergence de la démarche spéculative dans le design

Qu'ils soient anciens ou contemporains, l'étude des imaginaires semble donc particulièrement utile pour comprendre les idéologies qui les ont produits. Le design spéculatif est né de cette constatation et s'est construit en opposition à certaines postures affirmatives ayant longtemps masqué la dimension sociale et politique des objets du design.

1. **Origines et valorisation des postures critiques au sein du design**

Pour comprendre la naissance du design spéculatif, il est nécessaire de la situer dans l'histoire du design. Il correspond à un besoin réflexif, né d'une crise relative à la responsabilité sociétale du design, et s'oppose ainsi aux approches traditionnelles dites « affirmatives ».

À la fois discipline et méthode, le design se situe à la croisée de la science, de la société et de l'art. Sa définition est difficile tant son histoire est riche et ses postures sont nombreuses. Néanmoins, l'Alliance Française des Designers propose de le définir en ces termes : « Le design est un processus intellectuel créatif, pluridisciplinaire et humaniste, dont le but est de traiter et d'apporter des solutions aux problématiques de tous les jours⁷⁷ ». Cette définition fait en effet référence à une longue tradition du

⁷⁶ AGAMBEN Giorgio, « Se la feroce religione del denaro divora il futuro », *La Repubblica*, [disponible sur : <http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2012/02/16/se-la-feroce-religione-del-denaro-divora.html>], publié le 6 février 2012, consulté le 21 mars 2018.

⁷⁷ « Qu'est-ce que le design ? », *Alliance Française des Designers*, [disponible en ligne : <http://www.alliance-francaise-des-designers.org/definition-du-design.html>], consulté le 21 mars 2018.

design appliquée à la résolution de problèmes, agissant sur l'esthétique des objets qui nous entoure et le confort de leur utilisation. Si ce n'est pas forcément celle que nous suivrons tout au long de notre réflexion, cette définition a le mérite de nous interroger sur le rôle du designer en société. Cette question est devenue particulièrement saillante après le constat de nombreuses « utopies contradictoires⁷⁸ » créées par le design. Durant les années 1970, ce dernier a essentiellement participé à l'avènement d'objets standardisés et fonctionnels. Ceux-ci ont participé à la diffusion d'utopies contradictoires : un des exemples les plus manifestes de cette implication fut celui de la conception d'objets « émancipateurs » de la femme, l'enfermant en réalité davantage dans son rôle de ménagère. Si la question de la responsabilité sociétale du design est particulièrement importante, c'est, pour reprendre l'analyse d'Umberto Eco, parce qu'il est régi par des codes et des systèmes de normes. Emanuele Quinz souligne cette réflexion dans son ouvrage *Strange Design, Du design des objets au design des comportements* :

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.⁷⁹

Cette réflexion porte sur l'implication éminemment idéologique du design : il s'attache en effet à travailler sur l'état du monde, qu'il peut ou non transformer. Or, nous connaissons davantage le design comme un travail portant essentiellement sur l'esthétique de l'innovation, masquant dans le même temps les implications sociales et politiques de son existence. À ce sujet, Max Mollon prend l'exemple de la *Google Car* dont le travail de design a consisté essentiellement à rendre ce « monstre » technologique en un moyen de transport inoffensif, voire même ludique⁸⁰. En apportant une résolution possible aux problèmes identifiés, le designer masque de fait les enjeux éthiques de l'existence d'un tel objet.

⁷⁸ BERTRAND Gwenaëlle, FAVARD Maxime (dir.), *Poïétiques du Design*, Paris, L'Harmattan, coll. « Esthétiques », 2015.

⁷⁹ QUINZ, Emanuele, « *A slight strangeness*. Objets et stratégies du design conceptuel » in DAUTREY Jehanne et QUINZ Emanuele (dir.), *Strange Design Du design des objets au design des comportements*, Villeurbanne : it éditions, 2014, p. 20

⁸⁰ MOLLON Max, « Design Fiction Club #1 : Designer la critique et la spéculation, des présents alternatifs aux futurs pluriels » in *Design Fiction Club*, organisé par Max Mollon, 21 septembre 2018, Gaîté Lyrique (Paris).

C'est sur cette contestation que s'est formé le design critique, s'opposant avec ferveur au design dit « affirmatif », perpétuant un état du monde standardisé dans lequel les enjeux sociétaux de la production d'objets et services ne seraient plus discutés. Cette démarche, inspirée d'autres mouvements de contestations nés dans les années 1970, consiste à abandonner volontairement la résolution de problème (*problem solving*) pour se concentrer sur la problématisation (*problem setting*) elle-même. Afin d'analyser son discours et sa posture, nous pouvons étudier ce champ de recherche du design sous le prisme du manifeste nommé *Speculative Everything*, écrit par le couple de designers Anthony Dunne et Fiona Raby, fers de lance du design critique⁸¹. Celui-ci prend position sur le rôle du designer en société et sur l'importance de l'introduction de démarches spéculatives dans le champ de leur discipline. Les deux designers, après avoir rappelé l'importance idéologique du design agissant sur nos comportements et nos usages, affirment : « As designers, we need to shift from designing applications to designing implications⁸² ». Afin d'appuyer leur propos et d'offrir à leur lecteur un exemple des bénéfices que peut apporter une telle démarche, ils reviennent sur une expérience réalisée en 2002 avec les élèves du Royal College of Art. Travaillant sur les sujets scientifiques des biotechnologies, le brief donné aux étudiants ne commençait pas avec un problème, mais avec un travail d'abstraction. En effet, les deux designers ont demandé à leurs étudiants d'identifier un domaine spécifique de la recherche scientifique, pour ensuite imaginer les problématiques qui pourraient surgir si cette recherche passait du laboratoire à la vie quotidienne. Les étudiants étaient finalement invités, une fois ces problématiques identifiées, à les incarner dans une proposition de design abstraite, visant à susciter un débat collectif sur ces dernières. Plutôt que de répondre aux problématiques identifiées, les propositions avaient donc davantage pour but de poser « les bonnes questions ». Que serait l'impact de cette innovation sur nos usages ? Quel lien a-t-elle avec la morale ? Concourt-elle à l'institutionnalisation de forces et pouvoirs nouveaux, déjà existants ? Autant de problématiques apportant au designer une réflexivité sur son propre travail de conception.

⁸¹ DUNNE Anthony, RABY Fiona, *Speculative Everything - Design, Fiction, and Social Dreaming*, Cambridge, MIT Press, 2013

⁸² « *En tant que designers, nous nous devons de remplacer la conception d'applications par la conception d'implications* » [traduction], DUNNE Anthony, RABY Fiona, *Speculative Everything - Design, Fiction, and Social Dreaming*, op. cit. p. 49

En réponse à la crise du modèle de responsabilité sociétale du design, certains designers ont donc adopté des postures davantage critiques, prêtes à questionner les objets, les usages, et les institutions qui les portent. Cette critique est portée par l'exploration, via des objets « ouverts » de concepts variés.

2. Le design spéculatif : une exploration conceptuelle des futurs possibles

Les postures critiques, au sein du design, sont souvent liées à une pratique spéculative de la conception. Celle-ci permet en effet, par l'utilisation d'artefacts, d'explorer les possibles et les questionner dans une approche conceptuelle.

La réussite de la démarche spécifique du design critique tient de sa capacité à produire des artefacts capables de soulever l'existence d'un autre possible, tout en questionnant celui-ci. Elle a donné lieu à de nombreuses approches différentes, ayant toutes en commun ce devoir critique, luttant toutes contre les postures affirmatives. L'une d'entre elles, ayant particulièrement fait ses preuves, nous intéresse particulièrement : le design spéculatif, défini par A. Dunne et F. Raby par « *[the] use [of] design as a means of speculating how things could be*⁸³ ». Ici, le verbe « spéculer » est entendu comme l'action d'étudier un phénomène par son abstraction. Le design spéculatif conçoit donc le futur (et plus largement le spectre des possibles) non comme une destination à atteindre, mais comme un medium permettant de spéculer en actionnant la pensée imaginative. En ce sens, le futur devient un réservoir d'abstraction ou, comme le soulignait la célèbre écrivaine de science-fiction Ursula Le Guin, un « laboratoire sûr et stérile pour penser la réalité⁸⁴ ». Julian Bleecker, fondateur de Near Future Laboratory - un des studios de design spéculatif des plus célèbres – remarque à ce titre la proximité de sa démarche avec celle de la science fiction la décrivant comme une « expression idiomatique⁸⁵ » des spéculations sur la manière dont les choses pourraient être.

⁸³ « Utiliser le design comme un moyen pour se demander comment les choses pourraient être autrement » [traduction], DUNNE Anthony, RABY Fiona, *Speculative Everything*, op. cit. p. 2

⁸⁴ GUNN Eileen, « How America's Leading Science Fiction Authors Are Shaping Your Future », *Smithsonian Magazine*, [disponible sur : <https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/how-americas-leading-science-fiction-authors-are-shaping-your-future-180951169/?all&no-ist>], publié en mai 2014, consulté le 10 avril 2018

⁸⁵ BLEECKER Julian, « A short essay on design, science, fact and fiction », Near Future Laboratory, [disponible sur : http://drbfw5wflxon.cloudfront.net/writing/DesignFiction_WebEdition.pdf], publié en mars 2009, consulté le 12 octobre 2017.

De manière à produire ces spéculations, le design spéculatif s'attache donc à produire des artefacts, soutenant eux-mêmes des scénarios explorant les possibles de manière à engendrer une réflexion collective sur ces derniers. Nous pouvons analyser cette intention à l'aide d'un diagramme très connu au sein des démarches spéculatives : le cône des futurs, créé par le futurologue Stuart Candy et cité dans le manifeste de A. Dunne et F. Raby.

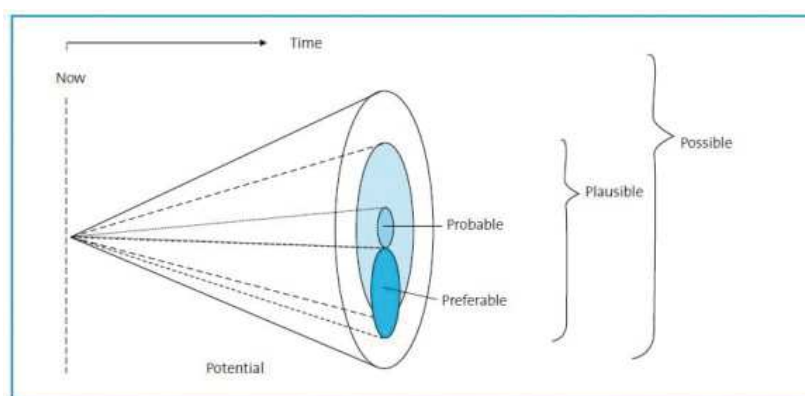


Figure 1. Le "cône des futurs"⁸⁶

Ce diagramme consiste en l'imbrication de différents cônes, partant du présent pour s'éloigner vers le futur. Il distingue quatre catégories de futurs, les trois premiers représentant différents niveaux de probabilité :

- Les **futurs possibles** incluent l'ensemble des futurs imaginables, ceux qui *pourraient* arriver. Ces futurs peuvent tout à fait supposer des connaissances que nous n'avons pas encore et transgresser certains principes physiques ou scientifiques.
- Les **futurs plausibles** concernent eux aussi ce qui *pourrait* arriver, mais cette fois-ci *en fonction de nos connaissances actuelles*.
- Un troisième cône représente les **futurs probables**, contenant l'ensemble des futurs dont l'actualisation est pensée comme *probable si l'on prolonge certaines tendances actuelles*. Ce niveau est tout particulièrement étudié par la prospective et la recherche, au sein du présent, des signaux faibles de l'avenir.

⁸⁶ VOROS James, « A generic foresight process framework » in *Foresight*, 2003, vol. 5, no. 3, pp. 10-21.

- Le quatrième et dernier cône est celui des **futurs préférables**. Par contraste aux autres niveaux, celui-ci ne s'intéresse pas à la probabilité mais à la *désirabilité* des futurs. Il est, par conséquent, éminemment subjectif et dépend des personnes interrogées. Il peut résider dans l'ensemble des trois niveaux évoqués ci-dessus.

Si cette représentation a pu, par la suite, être critiquée – en cela qu'elle spatialise le temps de manière contestable –, elle a le mérite de nous éclairer sur l'ambition du design spéculatif. Cette dernière est très proche de la définition du design émise par Herbert Simon dans *The Sciences of the Artificial*, pour qui l'activité du designer était entendue comme « la conception d'une action destinée à changer une situation existante en une autre, préférable⁸⁷ ». Ce que le design spéculatif semble s'attacher à faire, c'est donc à définir ce préférable en le remettant continuellement en question afin de se questionner non pas sur les futurs qui arriveront mais sur les futurs que nous voulons. Cette exploration permet, en retour, une réflexivité nouvelle pour le designer sur son métier, et une réflexion profonde pour le public sur l'impact potentiel de ses choix actuels. À cette conclusion, Dunne & Raby ajoutent :

We believe that by speculating more, at all levels of society, and exploring alternative scenarios, reality will become more malleable and, although the future cannot be predicted, we can help set in place today factors that will increase the probability of more desirable futures happening.⁸⁸

Si le design spéculatif à une valeur critique, il a donc également pour ambition de faire vivre cette critique au sein d'un public par la mise en débat de scénarios alternatifs possibles.

3. Limites de la posture spéculative et de l'appropriation de la critique

En tant que démarche conceptuelle, fondée sur des objets « ouverts » et une pensée « imaginative », le design spéculatif donne souvent davantage lieu à une contemplation, presque artistique, d'une œuvre certes critique mais abstraite. Ainsi,

⁸⁷ SIMON Herbert, *The Sciences of the Artificial*, 3rd ed., Cambridge, MIT Press, 1996, p.111

⁸⁸ [Traduction : « Nous pensons qu'en spéculant davantage, à tous les niveaux de la société, et en explorant des scénarios alternatifs, la réalité deviendra plus malléable et, bien que l'avenir ne puisse être prédit, nous pouvons aider à mettre en place des facteurs qui augmenteront la probabilité que des futures davantage souhaitables se produisent. »] DUNNE Anthony, RABY Fiona, *Speculative Everything*, op. cit., p.6

l'ambition critique de la mise en débat des possibles souffre parfois d'une décontextualisation de la démarche spéculative.

Nous l'avons vu, c'est dans le présent qu'opère le design spéculatif par la création d'artefacts qui, bien que nous semblant venir tout droit du futur, viennent déstabiliser notre quotidien, « nous [incitant] à développer d'autres horizons en passant par le débat et le raisonnement critique ». Or, bien que cette invitation soit présente, elle n'a pas toujours été acceptée en cela que les artefacts produits par les designers sont longtemps restés le produit de recherches conceptuelles, difficilement appropriables par les publics. En effet, le design spéculatif s'appuie sur une démarche relativement abstraite, produisant des artefacts et récits qui célèbrent leur dimension irréaliste. En cela, il se rapproche de nombreuses démarches artistiques, elles aussi critiques. Il est d'ailleurs important de souligner que cette proximité à donner lieu à plusieurs expositions au MoMA (*The Museum of Modern Art*) de New York présentant entre autre les projets de Dunne & Raby et d'autres designers critiques.

Cependant, la réception de ces propositions dans un tel contexte muséal reste spécifique. Si, pour beaucoup, les spectateurs ont félicité la démarche et la posture critique – parfois même politique – de leurs auteurs, il n'en reste pas moins qu'ils le font à l'intérieur de cadres institués marqués, ne permettant pas le débat recherché. Dans les musées et galeries, l'habitude est, encore aujourd'hui, davantage à la contemplation esthétique qu'au débat d'idée. Ainsi, nous « aimons » telle ou telle œuvre, « détestons » une autre, mais n'engageons que rarement une réflexion critique et théorique sur cette dernière. À cette apparente proximité des projets de design spéculatif avec l'œuvre artistique, Dunne & Raby répondent :

It is definitely not art. It might borrow heavily from art in terms of methods and approaches but that's it. We expect art to be shocking and extreme. Critical Design needs to be closer to the everyday, that's where its power to disturb comes from. Too weird and it will be dismissed as art, too normal and it will be effortlessly assimilated. If it is regarded as art it is easier to deal with, but if it remains as design it is more disturbing, it suggests that the everyday as we know it could be different, that things could change.⁸⁹

⁸⁹ [Traduction : « Ce n'est définitivement pas de l'art. Il emprunte beaucoup à l'art en termes de méthodes et d'approches, mais c'est tout. Nous nous attendons à ce que l'art soit choquant et extrême. La conception critique doit être plus proche du quotidien, d'où sa capacité à déranger. Trop étrange et elle sera rejetée comme art, trop normale et elle sera assimilée sans efforts. Si [le design spéculatif] est considéré comme de l'art, il est plus facile d'y faire face, mais s'il se fait passer pour du design, c'est plus dérangent, cela suggère que le quotidien tel que nous le connaissons pourrait être différent, que les choses pourraient changer.] DUNNE Anthony, RABY Fiona, « Critical Design FAQ » [disponible sur : <http://www.dunneandraby.co.uk/content/bydandr/13/0>], consulté le 21 mars 2018

De plus, en s'entourant d'une « dense nébuleuse d'images et de réflexions théoriques, d'analyses anthropologiques et de slogans politiques⁹⁰ », ces propositions convoquent des imaginaires éparses, difficilement appropriables pour les publics non avertis. Dans son mémoire de fin d'étude, Maxime Simon souligne cette complexité :

Le fait que le design spéculatif n'apporte pas de structure fictionnelle pousse le spectateur à se projeter par lui-même dans l'univers alternatif. Car il faut le souligner, si le travail du design spéculatif peut être remarquable dans sa critique et sa représentation, l'appropriation est plus complexe à évaluer.⁹¹

Afin de mener à bien son ambition, le design spéculatif nécessite donc toute la vigilance de son designer, enjoignant le public à rejoindre et discuter sa proposition, aussi choquante soit-elle.

Dans une présentation nommée « Dissensus : pour un design critique situé, en dehors du musée », Max Mollon souligne la nécessité de produire des propositions de design critique situées et contextualisées sans qu'elles ne deviennent superficielles⁹². D'autres designers ont également souhaité traiter cette problématique, transposant la démarche spéculative au sein de récits fictionnels plus structurés. Une nouvelle nomination apparaît alors : le *design fiction*. En tâtonnant dans sa progression, le design spéculatif tente donc, encore aujourd'hui et à travers le design fiction, de régler cette problématique. Popularisé par Julian Bleeker, le terme *design fiction* insiste donc sur la démarche fictionnelle du design fiction, cherchant à agir là où les démarches davantage conceptuelles ont échoué.

L'émergence des pratiques spéculatives au sein du design est née du constat d'une pensée du futur « fermée » aux alternatives car colonisée par des mythes technologiques. Ces derniers, en agissant comme des prophéties auto-réalisatrices, semblent déposséder les générations actuelles de leur autorité sur les mondes à venir, n'ayant pour gouvernance que la seule immédiateté. En élaborant des projets critiques qui questionnent des possibles alternatifs, le design spéculatif ambitionne d'envisager la pensée des futurs sous l'angle, non plus de leur probabilité, mais de leur

⁹⁰ QUINZ, Emanuele, « *A slight strangeness*. Objets et stratégies du design conceptuel » art. cit. p. 5

⁹¹ SIMON Maxime, *Fiction réaliste – Opportunités du design-fiction dans un contexte de projet*, Mémoire de recherche professionnel sous la direction de CHATAGNON Sandrine et GIROUD Guillaume, Pôle Supérieur de design de Villefontaine, promotion 2016

⁹² MOLLON Maxime, « Dissensus : pour un design critique situé, en dehors du musée », in *Ateliers de la Recherche en Design*, novembre 2016, Académie Libanaise des Beaux-Arts (Beyrouth)

préférabilité. Il n'en reste pas moins que ces propositions conceptuelles ont été durant de nombreuses années davantage l'apanage des galeries et des musées, amenant leur concepteur à repenser l'appropriation de leur critique au sein des publics.

II. De la fiction au design : une rhétorique fondée sur la mise en débat de futurs alternatifs

Pour établir des propositions à débattre et provoquer des discussions autour de la préférabilité des futurs, le design spéculatif s'est, depuis quelques années, intéressé à la performativité de la dimension fictionnelle des artefacts qu'il souhaitait démontrer. Or, car l'engagement des publics nécessite la production d'une expérience complète – de la diffusion de ces propositions à leur réception –, il convient également d'étudier le design fiction dans sa dimension rhétorique, comme une situation de médiation entre un designer et son *audience*.

A. De la construction d'univers narratifs au service du projet

Il convient en tout premier lieu d'étudier le design fiction comme l'expression d'une stratégie narrative au service d'un projet : celui de questionner, à travers des « objets qui racontent » la préférabilité des mondes qui les sous-tendent.

1. La fiction : une mise en œuvre des imaginaires

En produisant des artefacts qui projettent leurs spectateurs dans des possibles alternatifs, le design fiction construit un univers fictif structuré. Si, comme le design critique, il fait appel à des imaginaires multiples, il les convoque grâce à la fiction dans une structure cohérente, plausible et compréhensible par tous.

Dans la première partie de notre réflexion, nous avons vu que les imaginaires, en particulier en ce qui concerne les futurs, sont nombreux et complexes à interpréter. Ils répondent en effet à une structure de symboles, de signes, et de culture propre à chaque société, voire à chaque individu. Si leur prolifération est si grande, c'est parce qu'ils répondent à un processus endogène. Il n'en est pas de même pour la fiction, qui répond à des règles explicites et à une structure énoncée. Pour autant, ces deux notions ne sont évidemment pas étrangères l'une à l'autre. Ayant étudié leur relation, Jean-Marie Schaeffer définit ainsi la fiction comme « une mise en œuvre de l'imaginaire⁹³ ». Nous pouvons donc affirmer qu'en mettant l'accent sur un design qui est fiction, le

⁹³ SCHAEFFER Jean-Marie, « De l'imaginaire à la fiction » in *Vox Poetica*, [Disponible sur : <http://www.vox-poetica.org/t/articles/schaeffer.html>], consulté le 17 mai 2018

design fiction concourt tout entier à cette mise en œuvre et non simplement à générer des rêveries difficiles à pratiquer.

Selon Jean-Marie Schaeffer, cette mise en œuvre se décompose en trois niveaux. Le premier est celui de la feintise ludique qui « consiste dans la production d'amorces mimétiques, de leurres, qui permettent l'immersion mimétique dans l'univers fictionnel.⁹⁴ » Ce premier niveau est celui de l'imitation du réel, entendue comme telle. La feintise n'a donc pas pour intention de « tromper » mais d'inviter le lecteur à s'engager dans l'univers fictionnel, tout en lui en donnant les clés. Une fois cette invitation acceptée, nous entrons dans un deuxième niveau de relations entre fiction et imaginaire : l'immersion mimétique. Ce niveau nous « amène à traiter la représentation fictionnelle "comme si" elle était une représentation factuelle et de nous l'approprier à travers des mécanismes d'introjection, de projection et d'identification.⁹⁵ ». Il y a là tout un travail référentiel avec le réel, visant à créer des vecteurs d'immersion. Or, il serait réducteur de faire du procédé fictionnel un simple procédé d'imitation, du « comme si ». En effet, il nous donne accès à un univers propre ou, comme la nomme Jean-Marie Schaeffer, à une « modélisation analogique ». Celle-ci ne se base non pas sur le réel lui-même, mais bien plutôt sur des modélisations du réel. Autrement dit, la fiction n'imité pas la réalité mais imite bien plutôt la manière dont nous nous représentons la réalité.

Cette constatation en implique deux autres. Tout d'abord, nous l'avons vu, l'ensemble des fictions produites par une société ou un peuple nous en dit beaucoup sur son rapport au réel. Elles nous montrent autant de modalités différentes de ses représentations qu'il y en a à travers les époques et les frontières. De plus, pour permettre la *mimèsis*, elle repose sur une structure cohérente, avec des règles définies. En cela, le monde fictif peut s'autoriser des écarts, des déformations du monde réel, mais ne doit pas briser nos modèles de représentation.

Pour le dire autrement : le modèle fictionnel doit être engendré conformément aux lignes de forces qui répondent aux conditions de représentabilité que doit remplir toute expérience pour que nous puissions la vivre comme expérience « réelle ». La fiction n'est pas tant une image du monde réel qu'une exemplification virtuelle d'un être-dans-le-

⁹⁴ Ibid.

⁹⁵ Ibid.

monde possible : ses limites ne sont pas celles, thématiques, des mondes représentables, mais celles, constituantes, de la représentabilité des mondes (quels qu'ils soient).⁹⁶

Par cette analyse, nous observons donc que la fiction peut traiter de l'ensemble des futurs, peu importe leur niveau de probabilité, si cependant elle se concentre sur la problématique de leur représentabilité.

En tant que design qui se fait fiction, le design fiction ne déroge pas à cette constatation. Il est lui aussi une « mise en œuvre » d'imaginaires, dont la seule contrainte – cependant de taille – est leur représentabilité. Pour permettre l'immersion dans les possibles, il ne peut se passer d'une proposition cohérente et vraisemblable.

2. Le prototype, un objet diégétique performatif

Les designers ayant soutenu le rôle de la fiction dans la conception de propositions de design critique se sont largement inspirés des fictions populaires, notamment de science-fiction, dans laquelle des technologies sont projetés dans des mondes alternatifs à l'état de prototypes. Néanmoins, la différence entre la science fiction et le design fiction tient dans la place accordée à ces prototypes dans le processus diégétique.

Nombreux sont les objets technologiques fictifs qui ont marqué l'histoire de la technique. Des voitures volantes à l'*hoverboard* de *Retour vers le futur*⁹⁷ en passant par les interfaces tactiles ultra-technologiques de *Minority Report*⁹⁸, ces objets imaginaires colonisent les récits de science-fiction. Si de nombreux chercheurs se sont penchés sur le lien, non négligeable, de ces représentations sur l'innovation, il n'en reste pas moins que dans un récit de science-fiction, elles restent de l'ordre du décor et viennent soutenir un scénario plus vaste, laissant la narration – les personnages et leur quête – au premier plan. Ces technologies, aux premiers abords invraisemblables, sont recouvertes « d'un vernis de vraisemblance⁹⁹ » et n'ont de ce fait que peu d'intérêt dans la démonstration de leur viabilité. C'est pourquoi, aux représentations de

⁹⁶ Ibid.

⁹⁷ ZEMECKIS Robert (réal.). *Retour vers le futur*, Universal Music, 1985, 126 minutes.

⁹⁸ SPIELBERG Steven (réal.). *Minority Report*, 20th Century Fox, 2002, 144 minutes.

⁹⁹ KIRBY David, « Le futur au présent : les prototypes diégétiques et le rôle du cinéma dans le développement scientifique et technique », traduit par DERIEUX Catherine, in BOIDY M., COVILLE M. et DERIEUX C. (dir.), *Les images de la science*, Paris, Poli, 2014. p.6

nouvelles technologies présentes dans ces scénarios spéculatifs, David Kirby oppose la notion de prototype diégétique¹⁰⁰ sur laquelle repose le design fiction.

Il existe une grande littérature sur le rôle du prototype dans les démarches d'innovation. Le prototype est un double outil en cela qu'il permet à la fois de réaliser une *preuve de concept* (ou, pour le dire plus simplement, une démonstration de faisabilité), mais aussi en cela qu'il propose une première version concrète du produit désiré, à l'aide de laquelle le designer ou ingénieur pourra tester la viabilité et le bien fondé de ce dernier. Entendu de cette manière, il devient une étape clé du processus de conception faisant le lien entre le croquis du concepteur et, plus tard, l'objet produit industriellement. Dans le design fiction, cependant, le prototype ne porte pas cette ambition. Il forme davantage une passerelle narrative : de sa simple existence, il convoque avec lui les usages et les mondes qui l'entourent. Il est au centre du récit.

Dans le processus narratif, les valeurs du prototype diégétique sont donc multiples. Conçu comme un prototype réel, il permet d'installer une vraisemblance quant à l'existence d'un tel objet. Néanmoins, en se plaçant au centre de la diégèse, il suggère l'histoire qui le contient dans le but de suspendre l'incrédulité de son public. David Kirby souligne cette performativité :

Les prototypes diégétiques ont un avantage rhétorique majeur, y compris sur les prototypes physiques : dans l'univers de la fiction – auquel les chercheurs en études cinématographiques font référence en terme de « diégèse » –, ces technologies existent en tant qu'objets « réels » qui fonctionnent correctement et que les gens utilisent vraiment.¹⁰¹

En effet, les prototypes diégétiques utilisés par le design fiction forment ce que nous pourrions appeler des « artefacts performatifs ». La notion d'artefact est complexe : elle désigne, en science par exemple, un phénomène artificiel provoquant une erreur d'analyse qui est liée à la méthode utilisée. Ici, nous la comprenons en tant que production artificielle de l'imagination liée à une méthode de projection. Néanmoins, ces artefacts – et c'est là qu'ils prennent toute leur importance –, en étant projetés dans un univers fictif et soutenus par une narration, deviennent socialement contextualisés et acquièrent une dimension performative : celle de questionner l'existence de l'objet qu'il suggère. En effet, compris dans le récit, le prototype devient un objet faisant « naturellement » partie du paysage, avec lequel il serait possible d'interagir comme

¹⁰⁰ Ibid.

¹⁰¹ Id., p. 4

s'il faisait partie de notre vie quotidienne. Cette mise en récit par le prototype possède donc le double avantage de suggérer à la fois l'existence d'un objet technique, mais aussi et surtout de le contextualiser sociologiquement et politiquement.

Nous soutenons donc que le prototype est un objet performatif, capable de *convocations* en cela qu'il appelle et s'adresse à des mondes imaginaires, mais aussi de *démonstrations* de ces derniers par la simple rencontre de l'artefact.

3. Étude de cas : *Uninvited Guests*, Superflux, 2015

Le projet *Uninvited Guests*, réalisé par le studio londonien Superflux, témoigne parfaitement de la performativité du prototype diégétique au sein du design fiction. Nous avons choisi de l'étudier en questionnant la manière dont il peut représenter une proposition critique, sujette à débat.

Uninvited Guests est un projet de design fiction datant de 2015 et reposant sur le seul medium vidéo. Durant quelques minutes, nous rentrons dans la vie quotidienne d'un homme seul, âgé d'environ 70 ans. Nous voyons principalement ce dernier interagir avec des objets connectés : ceux-ci analysent divers aspects de son quotidien (sommeil, régime alimentaire, activité physique...) et le conseillent de manière à l'aider à suivre un mode de vie sain. Néanmoins, la multiplication de ces recommandations (parfois même injonctions) étouffe le vieil homme. Au fur et à mesure de la vidéo, nous l'observons détourner progressivement et malicieusement l'utilisation de ces appareils. Il est à noter qu'aucune technologie résolument futuriste n'intervient dans cette fiction : les objets et services numériques démontrés pourraient tout à fait exister d'un point de vue technique. Néanmoins, leur existence dans la fiction soulève des questionnements forts sur les partis pris que nous souhaitons faire, dès aujourd'hui, dans le développement de l'internet des objets.

Ce projet a en effet vu le jour suite à une demande du consortium de recherche nommé ThingTank : explorer de nouveaux territoires de l'espace domestique dans lesquels les « choses » ne communiquent plus seulement entre elles, mais *interprètent* également les besoins des humains pour leur fournir un service adapté. Plus spécifiquement, la proposition de Superflux visait à explorer les tensions liées à ce paradigme. Pour cela, les designers se sont posé trois questions principales :

1. *As physical objects in the home become embedded with increasing smartness and autonomy, what relationships do we form with them?*
2. *What role does human agency play in a world where mundane objects and environments begin to gain a level of agency and autonomy?*
3. *How will smart objects and devices influence the rhythms and routines of our lives, and ours to theirs, and how will this in turn change our cultures, beliefs and preferences?*¹⁰²

Ces questions sont éminemment spéculatives et projectives. La vidéo finale représente la matérialisation de ce questionnement, un medium permettant la réflexion et la recherche. Pour le concevoir, les designers ont dû faire appel à différents imaginaires autour de la dépendance, de la solitude mais aussi du soin. Néanmoins, cette mobilisation est accompagnée par une structure narrative, proposant au spectateur une représentation articulée et cohérente de ces imaginaires et de s’immerger dans un possible fictif.

Ce qui nous intéresse ici, plus particulièrement, c’est la manière dont la fiction convoque les technologies observées dans une sorte de quotidienneté, via des activités aussi triviales que manger, se distraire en regardant la télévision ou dormir. Cette posture s’approche de celle, développée par Nick Foster, s’intéressant au « *future mundane* », que nous pourrions traduire par « futur ordinaire¹⁰³ ». Il reproche notamment aux designers de trop s’intéresser aux « héros » et leur prie plutôt de concevoir des projections dans lesquelles les personnages sont des gens tout à fait ordinaires tels que « l’homme à l’arrêt de bus, la fille au bar ou le chauffeur de taxi » : « *The characters in our future will not necessarily need to save the world at every turn—most of them will simply live in it, quietly enjoying each day*¹⁰⁴ ». En effet, c’est en concevant des futurs technologiques presque « ordinaires », contextualisés dans la

¹⁰² 1. *Les objets physiques de la maison s’intégrant progressivement dans une intelligence et une autonomie croissantes, quelles relations établissons-nous avec eux ? 2. Quel rôle joue l’activité humaine dans un monde où les objets et les environnements commencent à acquérir un certain niveau d’activité et d’autonomie ? 3. Comment les objets et les dispositifs intelligents vont-ils influencer nos habitudes et nos rythmes de vies, et comment cela changera-t-il nos cultures, nos croyances et nos préférences ?* [Traduction]

« Uninvited Guests », *Superflux*, [disponible en ligne : <http://superflux.in/index.php/work/uninvited-guests/#>], consulté le 2 juillet 2018

¹⁰³ FOSTER Nick, « The Future Mundane », *Core77*, [disponible en ligne : <https://www.core77.com/posts/25678/The-Future-Mundane>], publié le 7 octobre 2013, consulté le 2 juillet 2018

¹⁰⁴ « Les personnages de notre avenir n’auront pas nécessairement besoin de sauver le monde à chaque tournant - la plupart d’entre eux y vivront simplement, profitant tranquillement de chaque journée. » [Traduction]

FOSTER Nick, « The Future Mundane », *Core77*, art. cit.

vie quotidienne et, de façon ordinaire également, sujets aux *bugs*, que le designer peut conserver toute l'attention de son audience ainsi que son identification, essentielle aux débats, à ces futurs. Car là est toute la difficulté : construire des mondes qui soient à la fois attractifs et répulsifs, des mondes qui captivent l'audience de leur ordinarité alors même qu'elle souhaiterait être libérée de leur étrangeté. Il semble que c'est ce mélange de sensations provoqué par l'introduction, au sein de l'étrange et du nouveau, d'éléments ordinaires et actuels, qui installent une sorte de malaise chez le spectateur de la design fiction. Et c'est de ce malaise que les designers souhaitent user pour provoquer une discussion sur leurs propositions.

Le design fiction est un objet aux multiples facettes. Il est design, tout d'abord, en tant que processus de conception au service d'un projet. Il est également fiction en tant que mise en œuvre d'imaginaires dans une structure cohérente et compréhensible, dans laquelle le prototype prend une fonction diégétique. Or, le design est plus que du « design par la fiction » : il est tout autant un « design de la fiction » dans laquelle l'étrange et le familier sont convoqués dans le même lieu.

B. L'étrange pour engager, le familier pour convaincre

Le design fiction a fondé un procédé narratif visant à provoquer une conversation autour d'artefacts et autour des mondes que ces derniers soulèvent. Cependant, concevoir un design pour débattre nécessite une stratégie narrative spécifique dont l'attention toute entière est portée sur la définition d'un équilibre entre l'usage de l'étrange et celui du familier.

1. **L'inquiétante étrangeté : une stratégie narrative au cœur de la mise en débat des possibles**

Aucun débat ne naît sans une certaine dose d'engagement des différentes parties s'affrontant. De manière à provoquer cet engagement, le designer doit concevoir sa fiction selon une stratégie narrative spécifique visant à provoquer un sentiment d'un « étrange » qui lui est pourtant, d'une certaine manière, « familier ».

Si le projet *Uninvited Guests* nous intéresse et nous interpelle, c'est non seulement car il traite l'ordinaire, mais aussi car il nous dérange. En effet, par sa position critique, le design fiction explore les tabous, les coins sombres et les angles morts des autres techniques de projections. Il n'est donc pas sans déranger, gêner ou, pour reprendre les mots de Max Mollon, « gripper » son audience. Certaines agences comme le studio français Design Friction s'en réjouissent tout particulièrement. Dans leur manifeste, ils écrivent :

Nous protégeons des idées qui se veulent originales et souvent dérangeantes de manière à nourrir le débat public, en s'attardant sur les implications sociales et culturelles de ce qui est qualifié tour à tour de technologies ou d'innovations. Dans notre ambition d'explorer par le design fiction des problématiques sujettes à la controverse et à l'incertitude, nous avons l'intention de couvrir les angles morts des études prospectives traditionnelles en identifiant leurs zones grises, leurs tabous, leurs oublis et en construisant sur ces creux.¹⁰⁵

Or, une fois le design fiction ayant « construit sur ces creux », il nécessite l'engagement de son audience. Dans un article, Max Mollon s'attarde sur ce besoin et fait de *l'étrange* le point d'entrée dans l'expérience. En effet, car le design fiction produit une expérience dans laquelle des frictions sont exploitées et des sujets non-conventionnels sont portés, il nous est, au premier regard, étranger. Étymologiquement, le mot « étrange » vient du latin *extraneus* qui signifie « extérieur ». Or, il est difficile de se sentir impliqué, voir même engagé, dans un questionnement dont nous sommes extérieurs. Il est donc intéressant de souligner que la stratégie narrative envisagée par le designer ne peut reposer seulement sur l'étrange, sans quoi elle risquerait de bloquer la conversation et de provoquer des réactions brutales et émotives, trop peu dans le questionnement et la réflexion. Dans sa thèse relative au design spéculatif, J. Auger fait le constat de souligne subtilité :

If a design proposal is too familiar it is easily assimilated into the normative progression of products and would pass unnoticed. However, proposals dealing with sensitive subjects such as sex or death can quite easily stray too far into provocative territory, resulting in repulsion or outright shock.¹⁰⁶

¹⁰⁵ « Qu'est-ce qui nous anime ? », *Design Friction*, [disponible en ligne : <https://design-friction.com/contents/fr/#/pages/pourquoi>], consulté le 2 juillet 2018

¹⁰⁶ « Si la proposition est trop familière, elle est facilement assimilée à la progression normative des produits et peut passer inaperçue. Cependant, les propositions portant sur des sujets sensibles tels que le sexe ou la mort peuvent assez facilement aller trop loin dans la provocation, entraînant une répulsion ou un choc flagrant. » [Traduction]

Dessiner la probabilité apparente de ce qui semblait improbable, feindre le possible, faire de l'étrange du familier : autant d'ambitions nécessaires à la construction d'un « point de basculement » qui engage le débat.

Ce subtil enchevêtrement de familier et non-familier constitue un principe de design récurrent dans la création de ces artefacts. James Auger et plus récemment Max Mollon, son élève, se sont attachés dans leur recherche à étudier ce mélange. Son analyse les a notamment menés à étudier l'implication possible du concept d'*unheimlich* de Freud dans la conception de design fiction. Ce terme, très présent dans la littérature allemande, ne possède aucune traduction directe en français. Il vient de *heim*, qui désigne le foyer, associé au préfixe de négation *un*. Construit de la sorte, il désigne une situation paradoxale, relative à la contemplation de quelque chose qui nous provoque un sentiment à la fois de familiarité mais aussi d'étrangeté. En français, on traduira finalement le mot *unheimlich* par « inquiétante étrangeté » ou encore « étrange familier ». Freud reprend ce concept en 1919 à partir d'une double analyse de ses patients et de la littérature – notamment fantastique. Il suppose qu'à l'origine de ce sentiment complexe, il y aurait l'introduction dans l'esprit d'un doute relatif à la singularité d'une expérience. Comme il le souligne, l'une des expériences les plus caractéristiques de cette inquiétante étrangeté serait celle de la mort :

La proposition : tous les hommes sont mortels, a beau parader dans les manuels de logique comme modèle d'affirmation universelle, aucun homme ne se résout à la tenir pour évidente, et il y a dans notre inconscient actuel aussi peu place que jadis pour la représentation de notre propre mortalité.¹⁰⁷

À cette analyse, il conclut que l'effet d'inquiétante étrangeté semble être produit lorsque « la frontière entre fantaisie et réalité se trouve effacée » ou encore « quand se présente à nous comme réel quelque chose que nous avons considéré jusque-là comme fantastique¹⁰⁸ ».

Aujourd'hui, le concept d'*unheimlich* a été réactualisé sous sa traduction anglaise dans la théorie de *l'uncanny valley* (la « vallée de l'étrange ») du roboticien japonais Masahiro Mori. Il a notamment souligné cet étrange sentiment ressenti face à

AUGER James, *Why Robot? Speculative design, the domestication of technology and the considered future*, Thèse de doctorat en Philosophie, Londres, Royal College of Art, 2012. p. 145 [disponible en ligne : <http://researchonline.rca.ac.uk/1660/1/Why%20Robots%20-%20Print.pdf>]

¹⁰⁷ FREUD Sigmund, *L'inquiétante étrangeté*, Paris, Gallimard, coll. « Folio Essais », 1988. p. 247

¹⁰⁸ Id. p. 251

un robot humanoïde : plus ce dernier est similaire à l'être humain, plus ses imperfections nous apparaissent comme monstrueuses. À ce titre, on peut convoquer l'image d'Hiroshi Ishiguro posant à côté de son clone robotique¹⁰⁹.

Ce doute concernant la singularité d'une expérience est le sentiment propre que semblent rechercher les designers dans la manière dont ils conçoivent leur fiction. Il provoque un état émotionnel complexe, proche de l'interrogation, nourrissant l'engagement de l'audience.

2. De l'étrange au familier : construire des passerelles perceptives et narratives

Comment alors provoquer ce sentiment d'inquiétante étrangeté ? Il se situe en effet sur une ligne fine bordant d'un côté le gouffre de l'indifférence, de l'autre celui des réactions défensives. Comment rendre probable ce qui semblait improbable et ainsi installer ce fameux doute au cœur de l'expérience ?

D'après James Auger, cette stratégie narrative de l'inquiétante étrangeté se base sur la construction, par le designer et dans sa fiction, de ponts perceptifs entre l'audience et le concept exploré. Ainsi, ce qui lui paraissait étrange au premier regard prend soudain un aspect familier.

These "perceptual bridges" can then be stretched in precise ways: this might be a technical perception such as extrapolating how they think a technology is likely to develop; a psychological perception such as not breaking taste or behaviour taboos; or a cultural perception such as exploiting nostalgia or familiarity with a particular subject. In this way the speculations appear convincing, plausible or personal, whilst at the same time new or alternative.¹¹⁰

Pour comprendre la nécessité de ces ponts perceptifs autant que leur action, James Auger fait la propre critique dans son projet de recherche d'*Audio Tooth Implant*, une proposition célèbre de design fiction qu'il a lui même réalisée en 2011 en binôme avec

¹⁰⁹ Voir Annexe 2 *Hiroshi Ishiguro et son androïde*

¹¹⁰ « Ces « ponts perceptifs » peuvent alors être étendus de manière précise : il peut s'agir d'une perception technique telle que l'extrapolation de la manière dont une technologie est susceptible de se développer ; une perception psychologique : ne pas briser les taboux de certains comportements; ou une perception culturelle telle que l'exploitation de la nostalgie ou la familiarité d'un sujet en particulier. De cette façon, les spéculations semblent convaincantes, plausibles ou personnelles, tout en étant nouvelles ou alternatives. » [Traduction]

AUGER James, *Why Robot ?...*, op. cit., p. 180

Jimmy Loizeau. Ce projet visait à examiner et questionner les implications des technologies relatives aux implants et augmentant les performances humaines. Pour cela, les deux designers ont créé un implant dentaire fictif, formant un soit disant nouveau moyen de communication miniaturisé. Relative à la problématique de l'invasion du corps humain par la technologie, cette design fiction a demandé une gestion particulièrement attentive du sentiment d'étrangeté provoqué, notamment par la construction de ponts narratifs et perceptifs. En effet, cette thématique convoque de nombreux mythes et de craintes, ce qui en fait un sujet particulièrement sensible.

Afin de recueillir une discussion rationnelle sur l'existence que suppose une telle innovation, J. Auger et J. Loizeau ont particulièrement travaillé la vraisemblance de leur artefact et son acceptabilité. Un premier travail relatif aux perceptions « culturelles » engendrées par l'artefact fut réalisé, liant ce dernier aux bénéfices qu'il pourrait apporter à usager. Pour cela, le couple de designer s'est penché sur un phénomène culturel récent, celui du téléphone mobile, alors une véritable révolution dans le monde de la communication. En jouant avec les aspirations contemporaines et en les liant à leur artefact, ils purent ainsi créer une acceptabilité « culturelle » de ce dernier. Néanmoins, cela ne peut suffire en cela qu'il existe toujours un biais psychologique à ce type de proposition. L'implant étant particulièrement un objet d'imaginaires forts et souvent sombres relatifs à la colonisation du corps humain, les designers ont donc choisi l'implant dentaire, représentant une chirurgie peu invasive et courante. Ce choix permit de créer « un équilibre tangible en termes de rapport coûts-avantages¹¹¹ ». Enfin, une fois ce biais psychologique passé, un dernier travail leur restait à faire : celui de la crédibilité technique et technologique de l'artefact. Pour cela, les designers ont choisi de faire reposer leur proposition sur la connaissance du grand public de certains faits tels, par exemple, que la miniaturisation de la technologie ainsi que sur des explications techniques rigoureuses accompagnant l'artefact.

La prise en compte des considérations culturelles, psychologiques et technologiques du public dans la conception de l'artefact semble donc essentielle à sa tangibilité. Elle encourage la création de ponts perceptifs, faisant se rejoindre l'étrange et le familier, l'improbable et le probable et permettant l'engagement de l'audience dans le processus narratif.

¹¹¹ AUGER James, *Why Robot ?...*, op. cit., p. 155

3. Un équilibre précaire

C'est en créant une certaine forme de familiarité au sein même du détail, ainsi qu'en enracinant le concept démontré dans un contexte connu de tous, que le designer parvient à provoquer l'engagement du public via sa proposition sans que celle-ci ne s'embarrasse de complexes explications. Néanmoins, ces ponts perceptifs doivent se construire dans un équilibre précaire, dont la fragilité a été prouvée à maintes reprises.

En effet, nous avons déjà eu l'occasion de l'observer dans les projets cités, l'inquiétante étrangeté est un sentiment complexe à procurer. Nous avons en effet souligné la nécessité d'explications pour installer la tangibilité de l'artefact. Néanmoins, celles-ci ne doivent pas lui ôter son côté étrange ou provoquant. Faire du design fiction, c'est élaborer des artefacts qui ne sont ni trop étranges, ni trop peu. A. Dunne explique cette balance en ces termes : « *If it was too correct and as expected, they would glance once and move on. If the object is too-opened in terms of meaning, then it can seem empty.*¹¹² » Il y a donc besoin de convaincre de l'existence d'un tel objet et des signes qu'il pourrait porter, tout en offrant la possibilité de s'en indigner ou, du moins, de la questionner.

Or, le rôle du ou des média(s) utilisé(s) pour diffuser le concept est déterminant. Ils sont les supports matériels sur lesquels se fixe la proposition de design fiction mais n'ont pas tous le même niveau de complexité d'information et n'instituent pas tous les mêmes cadres dans laquelle elle évolue. De manière à le comprendre davantage, prenons l'exemple de l'*Ikea Catalog*, désigné par le studio Near Future Laboratory¹¹³. Cette design fiction élaborée en 2015 étudie le futur des objets connectés sous la forme d'un catalogue¹¹⁴. Le choix du média n'est pas anodin dans le processus d'appropriation. En effet, le catalogue constitue un format médiatique dont la récurrence implique une certaine forme de familiarité. En recopiant les codes propres au catalogue de marque, qui plus est celui d'une marque largement connue par

¹¹² « Si c'était trop correct et attendu, ils n'y jetteraient qu'un coup d'œil et passeraient leur chemin. Si l'objet est trop ouvert, en terme de signification, alors ils pourraient sembler vides. » [Traduction] DUNNE Anthony, Interpretation, Collaboration, and Critique, Dunne & Raby, [disponible en ligne : <http://www.dunneandraby.co.uk/content/bydandr/465/0>], consulté le 16 juillet 2018

¹¹³ NEAR FUTURE LABORATORY, *Ikea Catalog*, 2015. [disponible en ligne : <http://ikea.nearfuturelaboratory.com/>], consulté le 3 mars 2018

¹¹⁴ Voir Annexe 3 *Ikea Catalog*, Near Future Laboratory

les publics, et en y introduisant des objets fictionnels, les designers ont réalisé un prototype diégétique convainquant. De plus, c'est une forme commune et populaire qui représente la vie quotidienne par l'intermédiaire d'objets et d'usages. Cet artefact est donc ainsi tout à fait approprié à fonder l'acceptabilité de la fiction par le public. Cependant, la mention « *for research propose only* » [« À des fins de recherches »] *spoiling* le caractère réflexif avec lequel cet objet a été construit, casse la dynamique fictive dès la couverture de l'objet.

À l'inverse, James Auger et Jérémy Loizeau ont poussé – en partie malgré eux – très loin la dissimulation du caractère fictif de leur proposition dans le cadre du projet *Audio Tooth Implant* présenté plus haut. En effet, le couple de designer a choisi de créer un faux prototype 3D en résine de l'implant qu'ils avaient imaginé pour le photographié ensuite en studio¹¹⁵. Présenté dans l'exposition *Future products* au Science Museum de Londres sans que les designers n'informent les publics de son caractère fictif, il a été rapidement récupéré par des médias venant de la presse traditionnelle comme spécialisée le présentant comme l'innovation à venir. Plus tardivement, James Auger a justifié ce choix de diffusion en ces mots :

*By consciously avoiding the formal academic language normally associated with technological research and critique, and adopting a familiar product design language, we aimed to appeal to a more general audience.*¹¹⁶

Ce but fut en effet rempli. L'implant fut publié en Une du *Time Magazine* quelques semaines plus tard, le targuant de « l'innovation la plus cool de 2002¹¹⁷ ». Profitant d'une audience comptant des milliers de lecteurs, la design fiction a en effet été diffusée au près d'un large public. Cependant, en la présentant comme telle, la proposition a aussi perdu de son caractère critique, suscitant des réactions plus manichéennes, tantôt adhérents complètement à ce nouveau mode de communication, tantôt le refusant catégoriquement. J. Auger revient lui même, critique, sur ce choix et affirme à présent : « *A possible problem with this approach is that it allows for little control once a project is in the public domain, and concepts quickly mutate and facts*

¹¹⁵ Voir Annexe 4.1 *L'implant prototype d'Auger Loizeau*

¹¹⁶ « En évitant consciemment le langage académique formel normalement associé à la recherche et à la critique technologiques, et en adoptant un langage familier au design de produit, nous avons cherché à attirer une audience plus général. » [Traduction]

AUGER James, *Why Robot ?...*, op. cit., p. 159

¹¹⁷ Voir Annexe 4.2 *Le projet Audio Tooth Implant en Une du Times (2002)*

*become embellished.*¹¹⁸ » Ici, malgré une proposition matérialisée de manière très tangible et le caractère fictif masqué, la proposition n'a pas réussi à atteindre son ambition première, celle d'engager un questionnement sur l'implication de la technologie dans le cadre de l'humain augmenté.

Ce que ces deux exemples nous apprennent, c'est l'importance et la nécessité de produire, au delà d'un artefact performatif, une expérience de réception. En effet, pour atteindre son but, le design fiction demande non seulement un équilibre en cela qu'il ne doit être ni trop étrange, ni trop peu aux yeux de son public, mais aussi le design d'une expérience complète, amenant la provocation nécessaire à l'engagement et recueillant les éléments de débat dans le même temps.

Pour engager la discussion sur les futurs qu'il démontre, le design fiction opère une stratégie narrative spécifique, fondée sur le concept d'inquiétante étrangeté. Associé au doute quant à la singularité d'une expérience, ce sentiment provoque des émotions capables d'engager des questionnements, voire des débats. Néanmoins, la conception d'un design pour débattre nécessite également la gestion prudente du contexte de réception de la fiction. Il semblerait donc que le design fiction s'approche du design d'expérience, dans laquelle esthétique et rhétorique se mêlent dans un équilibre subtil et spécifique à chaque projet.

C. Une rhétorique au service de la conception d'un contexte de réception favorable

L'expérience de l'inquiétante étrangeté est avant tout esthétique, fondée sur les choix du designer qui, pour convaincre l'audience à débattre, joue sur ses sens. Néanmoins, nous pouvons lui ajouter une dimension rhétorique en cela qu'elle se base également sur les moyens d'expression convoqués par ce dernier.

¹¹⁸ « Un problème possible avec cette approche est qu'elle permet un contrôle limité une fois que le projet est dans le domaine public, et aussi que les concepts se transforment rapidement et que les faits s'embellissent. » [Traduction]
Ibid.

1. La rencontre entre le public et l'artefact : une expérience esthétique

Suite à nos précédents dires sur l'importance qu'il conviendrait d'accorder au contexte de réception de la proposition dans le processus de design fiction, nous ferons ici l'hypothèse que cette expérience de réception du public peut être désignée comme une expérience esthétique dans son ensemble.

Le design fiction offre à son public une expérience : nous pourrions même dire sans se tromper qu'il lui offre la possibilité de « faire l'expérience » des futurs possibles. S'il se place ainsi à l'intersection du design d'interaction et du design d'expérience, il est composé, selon Don Norman, comme tout type de design, de trois niveaux¹¹⁹. Le premier est le niveau de viscéral qui représente la réaction instinctive, viscérale, commune à tous, face à l'objet observé. C'est une sorte de premier contact, entre perception de l'objet et sensations qu'il provoque. Le deuxième niveau est comportemental, davantage dirigé sur l'expérience de l'objet lui-même. Il se concentre sur l'utilisation de l'objet, son fonctionnement. Enfin, le troisième et dernier niveau est celui du design réflexif, surplombe les deux premiers en cela qu'il s'intéresse davantage à la relation à long terme créée avec l'objet. Cette dernière se construit sur la rationalisation et l'intellectualisation de l'objet. Selon D. Norman, ce niveau est le « plus haut niveau du design émotionnel » et représente « la couche de pensée consciente¹²⁰ ». C'est cette pensée réflexive qui, selon lui, permet de rationaliser les informations environnementales dans le but « d'influencer le niveau comportemental ». Or, n'est-ce pas là également l'idée derrière la conception d'une design fiction ? Dès lors, nous pouvons accepter le fait que le design fiction appartient au design émotionnel à son plus haut niveau, celui de la réflexivité. Mais nous pouvons également souligner que cette réflexivité s'obtient via un travail de conception de l'expérience elle-même. Le véritable produit désigné dans un contexte spéculatif, ce n'est pas l'artefact présenté mais l'expérience qui l'entoure.

Cette expérience, c'est celle de la rencontre avec l'artefact, qui passe par l'ensemble des niveaux établis par D. Norman. Elle est essentielle dans le but de créer

¹¹⁹ « Donald Norman's Three Levels of Design », *The Interaction Design Foundation*, [disponible en ligne : <https://www.interaction-design.org/literature/article/donald-norman-s-three-levels-of-design>], publié en 2016, consulté le 23 avril 2018

¹²⁰ Ibid.

une réflexivité car, comme l'écrit Max Mollon : « *It is all about focusing the attention on the right part of the project, allowing it to generate more meaningful reactions.*¹²¹ » Nous faisons ici, dans un premier temps, l'hypothèse que cette expérience est esthétique - nous utilisons le terme d'esthétique au sens Kantien : non seulement comme l'étude du beau, mais plutôt comme ce qui relève de la perception du monde sensible. Cette expérience esthétique se définit bien sûr par la forme, l'apparence donnée à l'artefact, mais aussi par l'interaction subtile proposée par le designer entre lui et son public, supposée par exemple par le médium choisi pour sa proposition. Cette esthétique de la communication peut challenger l'expérience vécue et accorder au spectateur un rôle actif dans la réflexivité proposée. Manuela Celi, docteure en design industriel, a étudié dans son article *Aesthetics of futures, Shaping shared visions of tomorrow* le pouvoir de cette esthétique dans la réception de ces visions :

The transformative value of design fiction, its capacity of spreading new visions and possible futures acts through the specificity of each designer or artist and the flavour of his/hers poetics. The power of engagement is often proportionate to the strength of the aesthetics, to its capacity to convey the message and to arise people awareness of a certain topic.¹²²

Au sein du design fiction, cette expérience esthétique passe en particulier par une mise en scène du prototype. Certains designers ont par exemple privilégié des démonstrations en live, au sein de contextes spécifiques (événements, ateliers) pour contrôler davantage l'ensemble de la situation de réception.

En designant non seulement un artefact performatif, mais aussi la rencontre du public avec ce dernier, le design fiction s'assure de la réalisation de son ambition : créer, par la spéculation, une matière à conversation et à réflexion. Cette rencontre

¹²¹ « Il s'agit de focaliser l'attention [du public] sur la bonne partie du projet, lui permettant de générer des réactions plus significatives. »

MOLLON Max, GENTES Annie. « The Rhetoric of Design for Debate: triggering conversation with an "uncanny enough" artefact. » in LIM Youn-kyung, NIEDDERER Kristina, et al., *DRS 2014 : Design's Big Debates: Pushing the Boundaries of Design Research*, Design Issues Volume 32, No 2, Juin 2014.

¹²² « La valeur transformatrice du design fiction, sa capacité à diffuser de nouvelles visions et des futurs possibles agit à travers la spécificité de chaque designer ou artiste et sa poétique. Le pouvoir de l'engagement est souvent proportionnel à la force de l'esthétique, à sa capacité à transmettre le message et à sensibiliser les gens à un sujet donné. » [Traduction]

CELI Manuela, FORMIA Elena « Aesthetics of futures. Shaping shared visions of tomorrow », *The Design Journal*, n°20, 2017. p. 70

[disponible en ligne : <https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1353039>], consulté le 2 juillet 2018

consiste en une expérience esthétique forte, qui implique des choix singuliers et spécifiques, non seulement à chaque projet, mais aussi à chaque designer.

2. Analyse de la dimension rhétorique dans la production de fictions à débats

Pour concevoir des artefacts et une expérience capables de produire du débat, la stratégie du designer ne repose pas uniquement sur des choix narratifs et esthétiques. Une attention portée à dimension rhétorique de son discours est essentielle afin de construire une interaction stable et productive avec le public. Elle permet notamment de convaincre par une utilisation subtile de l'émotion et des sentiments de l'audience.

La rhétorique est un concept philosophique reposant sur la réflexion d'Aristote, définissant l'homme par le discours. Il a notamment lié ce concept à celui de la dialectique (la structuration logique de la pensée) pour démontrer les potentialités du discours persuasif¹²³. Nous la définirons donc ici comme le déploiement de différents moyens oratoires dans le but de persuader une audience. Selon Aristote, ces moyens découlent de trois registres différents : le *logos*, l'*ethos* et le *pathos*. Le *logos* est relatif à l'aptitude au raisonnement, à la logique. Il définit donc la clarté du message tout autant que l'effectivité et la justesse des exemples utilisés. L'*ethos* résulte davantage de la personnalité de l'orateur et non de son raisonnement. Il est essentiel dans le processus de persuasion en cela qu'il permet d'installer la crédibilité de l'orateur, en le présentant à la fois comme une autorité incontestée sur le sujet défendu, mais aussi comme une personne agréable. Enfin, le *pathos* intervient dans l'aspect émotionnel de la persuasion. Il s'agit ici de susciter des émotions (ou « passions), tout en les orientant de manière à produire des preuves sensibles du raisonnement. Ces trois registres forment, selon Aristote, une triade permettant de créer ou souligner des « preuves ».

Les preuves inhérentes au discours sont de trois sortes : les unes résident dans le caractère moral de l'orateur ; d'autres dans la disposition de l'auditoire ; d'autres enfin dans le discours lui-même, lorsqu'il est démonstratif, ou qu'il parait l'être.¹²⁴

¹²³ ARISTOTE, *Rhétorique*, Paris, Le livre de Poche, 1991.

¹²⁴ ARISTOTE, *Rhétorique*, op. cit., Livre I, Chapitre I, III.

Nous pouvons donc soutenir que le design fiction, dans son ambition de générer une matière à débat, relève, lui aussi, de la rhétorique en cela qu'il doit « persuader à débattre¹²⁵ ». De ce fait, il nécessite de délivrer certaines preuves inhérentes au discours qu'il soumet à son audience. Si les designers doivent être conscients de chacun des registres de la rhétorique, nous examinerons ici comment peuvent s'exprimer ces derniers à travers leur travail de conception.

Le *logos* est une part essentielle de l'expérience spéculative. Nous avons étudié auparavant toute l'ambiguïté de cette dernière, liée au concept d'inquiétante étrangeté. Or, c'est en partie grâce à l'organisation et l'argumentation rationnelle du discours du designer que celle-ci parvient à s'exprimer via différents niveaux de complexité. Le projet *Afterlife* d'Auger Loizeau est le parfait exemple de cette nécessité¹²⁶. Son ambition était celle « d'initier un dialogue métaphysique¹²⁷ » examinant le changement culturel relatif aux croyances religieuses liées à l'avènement des nouvelles technologies. Pour cela, les deux designers ont imaginé un procédé permettant de recharger une pile grâce à la décomposition du corps humain après sa mort¹²⁸. Cette proposition, dont le caractère provoquant était assumé, fut exposée au MoMA à New York en 2007. Mais, d'après le designer lui-même, elle ne put atteindre son but en cela que les conversations générées par le projet furent essentiellement portées sur le sujet de la décomposition du corps humain, et non sur l'usage (au regard des croyances religieuses) que pourrait impliquer un tel objet. Afin de corriger cette erreur, le couple de designer a choisi d'organiser un atelier avec une quinzaine de leur collègue, leur demandant de décrire l'usage personnel qu'ils feraient de celui-ci. De cette manière, le discours produit fut réorienté vers les fonctionnalités de cette batterie fictive, tout autant que sur le contexte social, politique ou religieux qui les soutiendrait. Nous avons donc ici un exemple de l'importance de l'argumentaire, tout comme de son organisation, dans la production d'une expérience effective de design fiction.

Cette dernière nécessite également un emploi rigoureux – et mesuré – d'une stratégie fondée sur le *pathos*, par la stimulation des sentiments du public visé. Comme

¹²⁵ MOLLON Max, « Design Fiction Club #6 : Design fiction & marketing : dans la gueule du Loup? » in *Design Fiction Club*, organisé par Max Mollon, 13 mars 2018, Gaité Lyrique (Paris).

¹²⁶ AUGER LOIZEAU, *Afterlife*, 2009. Auger [disponible en ligne : <http://www.auger-loizeau.com/projects/afterlife/>], consulté le 20 avril 2018.

¹²⁷ Ibid.

¹²⁸ Voir Annexe 5 *Afterlife*, Auger Loizeau

l'écrit avec beaucoup de justesse Max Mollon dans son article : « *The feelings are not here – as in a work of art – for themselves or for any cathartic experience. They are here to start a discussion*¹²⁹ ». En effet, la génération d'émotions, tout comme leur exploitation, est le point d'entrée utilisé par le design fiction pour provoquer un questionnement, voire un débat, chez son public. Or, celle-ci implique beaucoup d'attention et de réflexion de la part du concepteur car, comme nous venons de le voir avec le projet *Afterlife*, ces émotions peuvent provoquer l'effet contraire et bloquer la discussion désirée.

Enfin, l'emploi de l'*ethos*, lui aussi élément clé de la rhétorique, permet de fixer la crédibilité de l'orateur et, par extension, de sa proposition. Par sa propre expérience de designer, Max Mollon remarque à ce sujet que les publics ont plus de facilité à accorder de l'intérêt pour un projet lorsque celui-ci est supporté par quelqu'un ayant des raisons personnelles, voire intimes de l'avoir pensé. Cela est également applicable aux institutions, musées et tout autre lieu ayant choisi de la présenter. En tant que méta-locuteurs, ces derniers interviennent également dans la rhétorique du discours.

En étudiant la définition de la rhétorique selon Aristote, nous remarquons que le design fiction produit des discours qui nécessitent en plus d'une stratégie narrative, une réflexion de la part du concepteur sur la rhétorique qu'il emploie. Celle-ci, évidemment, est singulière à chaque projet. Mais ne l'est-elle pas plutôt à chaque public ? En effet, afin de concevoir une expérience esthétique efficace, n'est-il pas nécessaire, pour le concepteur, de connaître son public et de designer son projet en fonction des attentes de ce dernier ?

¹²⁹ « Les sentiments ne sont pas là - comme dans une œuvre d'art - pour eux-mêmes ou pour l'expérience cathartique. Ils sont là pour entamer une discussion. »

MOLLON Max, GENTES Annie. « The Rhetoric of Design for Debate: triggering conversation with an "uncanny enough" artefact. » in LIM Youn-kyung, NIEDDERER Kristina, et al., « Design's Big Debates: Pushing the Boundaries of Design Research », *DRS 2014*, Juin 2014, Umeå, Sweden.

3. Audience, contexte de médiation et design fiction : une « manipulation douce » ?

Cette réflexion sur la conception d'un contexte de réception propre au projet, ainsi qu'à l'élaboration d'une expérience esthétique reposant sur des moyens rhétoriques nous amène finalement à nous demander s'il n'y a pas, au sein même du procédé du design fiction, une sorte de manipulation psychologique et cognitive de l'audience. Et si tel est le cas, quels enseignements pouvons-nous tirer de cette constatation ?

En 2013, Bruce Sterling – célèbre auteur de science-fiction mais aussi ambassadeur reconnu du design fiction – affirmait lors de la conférence Lift : « *Design Fiction doesn't have users, it has an audience.*¹³⁰ » Si sa simplicité paraît au premier regard, cette affirmation a néanmoins une grande importance sur la manière dont nous pouvons analyser le design fiction, tout comme les projets qu'il supporte. En effet, concevoir un produit pour un utilisateur n'est pas la même chose que le faire pour une audience. Ce qu'offre l'audience, ce n'est pas un « usage » mais une « attention ». Ce temps d'attention, c'est ce pour quoi de nombreux médias audiovisuels se sont battus et se battent encore. Il est précieux et, dans l'accélération des temporalités et l'urgence qui caractérise notre temps, il se donne souvent avec grande précaution. Or, cette audience comporte un horizon d'attente¹³¹ défini – formule que nous empruntons à Jauss et à sa réflexion sur l'esthétique de la réception au sein du domaine littéraire. Il remarque notamment que c'est dans le processus de réception que s'actualise l'œuvre, lui donnant sens. En effet, toute œuvre selon lui s'insère dans un système de références préétablies antérieurement.

Même au moment où elle paraît, une œuvre littéraire ne se présente pas comme une nouveauté absolue surgissant dans un désert d'information : par tout un jeu d'annonces, de signaux – manifestes ou latents –, de références implicites, de caractéristiques déjà familières, son public est prédisposé à un certain mode de réception.¹³²

Il est bien sur possible de fournir à l'œuvre (et c'est son caractère éminemment artistique) un « écart esthétique ». Cependant, celui-ci met en péril la

¹³⁰ « Le Design Fiction n'a pas d'utilisateurs, il a une audience » [Traduction] STERLING Bruce, *Lift Conférence*, 2013, Genève (Suisse).

¹³¹ JAUSS Hans-Robert, *Pour une esthétique de la réception*, Paris, Gallimard, 1990.

¹³² Id., p.55

compréhension tout comme l'acceptation de l'œuvre par son public. Si nous appliquons cette notion d'horizon d'attente au sein du design, et plus particulièrement dans les démarches spéculatives, c'est qu'en tant que narration, il n'échappe pas lui aussi à ce poids qui préexiste et pèse sur le contexte de réception du projet. En effet, si l'audience d'une design fiction accepte de lui prêter attention, elle le fait non sans attente. De plus, car il touche à notre perception du futur (lieu – rappelons-le – colonisé d'imaginaires forts), le design fiction ne peut se passer de considérer cette notion dans le processus de conception de la fiction elle-même.

Si nous soutenons que l'analyse de l'horizon d'attente de l'audience est un élément clé du processus de conception du design fiction, nous pouvons émettre l'hypothèse que les designers ne peuvent donc se passer d'une étude et d'une connaissance rigoureuse de leur audience, d'habitude relayée à des impératifs marketing. En effet, l'élaboration d'une stratégie rhétorique fondée en partie sur le *pathos* risquerait beaucoup à ne pas respecter et entendre certaines attentes de son audience. Cette étude permet donc des ajustements essentiels à l'efficacité du processus critique et a poussé de nombreux designers à réfléchir davantage au contexte de diffusion (donc également de réception) de leur fiction. Dans son projet l'Ephéméride¹³³, Max Mollon s'est associé à l'espace éthique de la région Île-de-France pour questionner notre rapport au temps vis à vis de celui de patients atteints de maladies neuro-évolutives. C'est par cette collaboration avec des experts de l'éthique, mais aussi avec des médecins et patients, qu'il parvint à générer une discussion autour de son artefact. Ce dernier était constitué d'un éphéméride, allant de couleurs claires aux couleurs sombres et comportant pour seule mention la phrase « Aujourd'hui je vais... »¹³⁴. Comme il le souligne dans sa présentation *Dissensus : pour un design critique situé, en dehors du musée*¹³⁵, cette collaboration lui a permis d'en apprendre plus sur les patients (leur quotidien, leur maladies, leurs peurs et leurs espoirs...) et de concevoir toute une stratégie narrative et rhétorique en adéquation avec son audience (que cela soit dans la provocation ou dans la conviction).

¹³³ MOLLON Max, L'Éphéméride, 2015. [disponible en ligne : <http://www.espace-ethique.org/l%C3%A9ph%C3%A9m%C3%A9ride-ace-de-nantes>], consulté le 3 mars 2018

¹³⁴ Voir Annexe 6 L'Éphéméride, Max Mollon

¹³⁵ MOLLON Max, « Dissensus : pour un design critique situé, en dehors du musée », in *Ateliers de la Recherche en Design*, novembre 2016, Académie Libanaise des Beaux-Arts (Beyrouth)

Cette constatation nous amène au titre, volontairement subversif, de cette partie de notre recherche. Le design fiction représente une sorte de manipulation douce : celle des futurs tout d'abord, par le moyen de la spéculation, mais celle également de son audience, au moyen d'une double stratégie à la fois narrative et rhétorique. De cette manipulation, nous pouvons tirer deux constats. Le premier est celui, non sans importance, du rôle et de la conscience éthique du designer dans un contexte de design critique et spéculatif. Car le pouvoir spéculatif est fort, un designer pourrait très bien choisir d'orienter les possibles vers certaines visions. Afin de respecter son caractère purement critique, il nécessite donc une vigilance éthique à tout niveau, de la problématisation du projet à sa diffusion, en passant par sa conception. Notre deuxième constat est celui du dispositif performatif qu'il constitue : car il est capable de produire des discussions liées à la construction d'une *préferabilité* des futurs, il pourrait constituer un outil essentiel dans un contexte organisationnel dans des domaines aussi variés que la prise de décision, la recherche et développement ou encore le marketing.

Nous avons ici fait l'analyse du design fiction dans sa double dimension. Il s'inscrit en effet dans un processus narratif spécifique fondé sur l'utilisation du concept de « l'étrange familier ». Néanmoins, ce dernier ne peut être atteint sans que le designer ne conserve une part de contrôle sur le contexte de médiation de sa fiction. C'est en élaborant, par l'usage de la rhétorique et de l'esthétique, une expérience d'interaction spécifique entre lui et son audience qu'il parvient à persuader celle-ci au débat.

III. Le design fiction au sein des organisations, une pratique à la croisée d'enjeux stratégiques et éthiques

Les organisations sont aujourd'hui faces à des défis sans précédents : tandis que l'accélération de l'innovation crée une situation de concurrence féroce entre ces différents acteurs, des problématiques globales, telles que le réchauffement climatique, la raréfaction des ressources et l'augmentation des inégalités les obligent à remettre en question leurs modèles. Dans ce contexte, le design fiction se présente à elles comme un nouvel « outil » pour penser leur avenir. Néanmoins, sa pratique croise certains enjeux stratégiques qui pourraient bien en appauvrir la réflexivité.

A. L'iminaire, un actif stratégique de l'organisation

Depuis quelques années, le secteur organisationnel s'intéresse tout particulièrement aux imaginaires en tant qu'actifs stratégiques. En effet, les organisations sont aujourd'hui en partie définies par leur capacité à imaginer les possibles et à se projeter sur un avenir qui, rappelons-le, reste incertain.

1. L'organisation, une structure vivante soumise au changement

Il nous semble essentiel de revenir dans un premier temps sur le mode d'existence de l'organisation, avant de comprendre toute l'importance que pourraient prendre les démarches spéculatives en son sein.

Définir l'organisation n'est pas chose aisée. En effet, ce terme signifie aussi bien un *processus* qu'un *état*. Il existe par exemple l'organisation du travail, mais aussi l'organisation syndicale : dans le premier cas, nous avons à faire à un processus de structuration, tandis que dans le deuxième, l'organisation définit la structuration elle-même. Cette double interprétation possible brouille de nombreuses recherches et de nombreux discours portés sur son existence. Or, comme le souligne Christian Le Moëne dans son article « L'organisation imaginaire ? » : « L'organisation est ce qui

résulte d'un projet et fait tenir tout cela ensemble.¹³⁶ » En effet, la particularité de cette structure est celle d'être toute entière tournée vers un projet, dans lequel chaque partie du tout lui appartient en cela qu'elle y participe. Ainsi, l'organisation « n'est pas la structure en soi, mais ce qui structure, ce qui donne cohérence et stabilité, ce qui relie.¹³⁷ »

De cette manière, de nombreux auteurs et chercheurs ont souligné l'analogie possible entre l'organisation et l'être vivant, possédant un *organisme*. Il est d'ailleurs intéressant de remarquer que la notion d'organisation émerge au XIX^e siècle du développement de la biologie, « pour désigner un ensemble d'éléments articulés naturellement entre eux selon diverses modalités et selon une structure permettant le fonctionnement de l'ensemble.¹³⁸ » En effet, l'organisme supporte des organes, *organisés* (en tant que structure). Or, cette organisation se fait dans le temps, et non seulement dans un espace défini, elle est donc davantage structuration. L'organisme d'un être vivant est changeant, évolutif, et soumis à des contraintes provenant de son environnement tout le long de son existence. Il ne reste donc une structure figée. Il en est de même pour l'entreprise. Arie de Geus, ancien directeur du département de planification stratégique du groupe Shell, a analysé cela dans le chapitre « L'avenir est pluriel » de l'ouvrage collectif *La prospective stratégique d'entreprise* :

Les entreprises changent de forme de la même façon que les personnes subissent des transformations fondamentales quand elles passent de l'état de nourrisson à celui d'enfant, d'élève, d'adolescent, quand elles atteignent la puberté, bref, quand elles connaissent des métamorphoses successives de leur développement physique et mental.¹³⁹

Par son expérience, il a pu faire toute la mesure de l'importance, pour une organisation, de se préparer au changement. Une de ses études, certes aujourd'hui un peu ancienne, a consisté dans l'analyse des entreprises qu'il nomme « les grandes survivantes ». Celles-ci avaient toutes en commun de proposer un éventail d'activités fort différent de celui de leurs débuts¹⁴⁰. Il semblerait donc que, tout comme un être

¹³⁶ LE MOËNNE Christian, « L'organisation imaginaire ? », *Communication et organisation*, n°34, 2008, p. 135 [disponible en ligne : <http://communicationorganisation.revues.org/637>], publié le 01 décembre 2011, consulté le 12 mai 2018.

¹³⁷ Ibid.

¹³⁸ Id., p. 133

¹³⁹ DE GEUS Arie, « L'avenir est pluriel » in LESOURNE Jacques et STOFFAËS Christian (dir.), *La prospective stratégique d'entreprise*, Paris, InterÉditions, 1996, p. 142

¹⁴⁰ « L'objet de l'étude était de découvrir si ces entreprises présentaient des caractéristiques particulières expliquant qu'elles soient d'efficaces survivantes. Notre analyse mit notamment en lumière le fait que

vivant, l'organisation ait à modifier (ou en tous les cas à adapter) sa structure à des contraintes, qu'elles soient internes ou externes. Comme un être vivant, elle se transforme au court du temps. Comme un être vivant, elle a le réflexe de se projeter dans l'avenir au moyens d'ambitions. Comme un être vivant, enfin, plus le temps passe et plus il pèse sur sa mémoire, l'empêchant parfois de se tourner tout à fait rationnellement vers cet avenir. Soulignons enfin l'accélération des temporalités déjà étudiées. À l'heure du présentisme et des « professionnels de l'oubli », la nécessité de faire des plans sur l'avenir semble être la plupart du temps écrasée par des objectifs à court ou moyen termes. Or, il est difficile d'accueillir le changement, voire de le provoquer lorsque cette vision est envisagée sous l'angle d'un présent perpétuel.

En tant qu'organisme évolutif, l'organisation a le besoin presque « vital » de s'adapter à des environnements changeants. De manière à ce que cette adoption soit optimale, cette dernière cherche en général à s'appuyer sur des techniques projectivistes lui permettant de planifier son développement.

2. Planification stratégique et limites des postures projectivistes : le cas de la prospective

Afin de se préparer au changement qui, par nature, impacte sa structure, les organisations ont de tout temps cherché à appliquer des techniques de projections. Tandis que dans les sociétés les plus traditionnelles, celles-ci procédaient d'une démarche ésotérique fondée sur la divination, notre époque a davantage jeté son dévolu sur la prospective et la futurologie. Si ces deux termes sont à présent souvent confondus dans le langage commun, l'origine du premier est davantage philosophique, tandis que la deuxième tente, encore aujourd'hui, de s'imposer en tant que science. Le terme *prospective* a été inventé par Gaston Berger à la fin des années 1950. Il qualifiait alors l'attitude consistant à prendre en considération les conséquences futures (à long terme) d'une prise de décision. En prospective, « l'avenir est conçu comme le temps des choses à faire par opposition au passé — temps des choses faites — et cet avenir

toutes ces entreprises avaient aujourd'hui une raison sociale et un éventail d'activités fort différents de ceux de leurs débuts. Nombre d'entre elles en avaient même changé plusieurs fois au cours de leur existence, comme l'illustre bien l'exemple de Suez »
DE GEUS Arie, « L'avenir est pluriel », art. cit., p. 136

résulte de l'ensemble des décisions d'aujourd'hui.¹⁴¹ » La futurologie a été élaborée par la suite comme une « discipline se fixant pour but la prévision à long terme des besoins sociaux et leur planification.¹⁴² ». Elle se base sur des modélisations scientifiques à partir des données technologiques, économiques ou sociales du passé et du présent. Leur application au sein d'organisations vise donc à extrapoler des scénarios possibles suivant des données passées ou présentes, puis de classer ces derniers selon leur probabilité et leur importance pour l'organisation elle-même.

Si ces modélisations peuvent bien sur représenter des indicateurs utiles à la prise de décision, elles sont néanmoins à considérer avec prudence, l'avenir restant par définition incertain et fait de nombreuses surprises. Ce qui nous semble particulièrement intéressant dans l'utilisation du terme de « futurologie » c'est qu'il semble faire passer pour science exacte des recherches qui comportent une large marge d'erreur et des résultats pour la plupart hypothétiques. De nombreuses prévisions construites à l'aide de ces méthodes de projections ont trouvé finalement une bien moindre actualisation. Leur principale faiblesse est celle de perpétuer l'idée d'un futur prévisible qu'il conviendrait de simplement décrypter dans les signes qu'il nous laisse, tel le petit Poucet, au bord du chemin que nous parcourons. La prospective et la futurologie ont donc tout à faire avec la nécessité de planifier. Se rappelant son arrivée au sein du groupe Shell, Arie de Geus souligne l'importance alors allouée aux analystes financiers : « L'avenir est par définition incertain, et nous cherchons par tous les moyens à réduire cette incertitude. Et la finance, la comptabilité semblent, je dis bien semblent, promettre de décrire l'avenir en termes précis, avec des chiffres.¹⁴³ » Il ajoute :

La planification et la prospective consistent à s'accommoder des éventualités du paysage inconnu qui s'étend devant soi, et elles sont suivies par la décision de poser le pied ici plutôt que là. Nul n'avance qu'un pas à la fois.¹⁴⁴

Cette dernière affirmation, nous l'avons vu, est essentielle à la compréhension de l'incertitude dans laquelle la pensée des futurs nous met. C'est ce qui conduit A. de Geus à conclure sa réflexion en affirmant qu' « il n'y a pas de carte du futur¹⁴⁵ ».

¹⁴¹ PIGANOL Pierre, « Futurologie et prospective » in UNESCO, *Revue internationale des sciences sociales*, Volume XXI, numéro 4, 1969, p. 551

¹⁴² Définition tirée du Trésor de la Langue Française à l'article « futurologie »

¹⁴³ DE GEUS Arie, « L'avenir est pluriel », art. cit., p. 138

¹⁴⁴ Id., p. 137

¹⁴⁵ Ibid.

La deuxième faiblesse de ces méthodes projectives est qu'elles font évoluer la pensée des futurs de l'organisation à l'aide de références qui leur sont limitées. En effet, en s'appuyant sur des « signaux faibles » actuels, elles se ferment à l'éventail des possibles en considérant uniquement le champ du probable. Nicolas Minvielle, Olivier Wathelet et Antony Masson, à travers leur ouvrage *Jouer avec les futurs, Utiliser le design fiction pour faire pivoter votre entreprise*, rappellent toute l'étroitesse à laquelle peut conduire ce type de démarches :

Si l'on accepte de considérer chacune de ces organisations comme une culture à part entière, on constate que chacune possède un nombre limité de représentations du futur et de moyens de connaître et transformer celui-ci. Or, l'histoire nous montre que la rupture et l'innovation, qu'elles soient managériales, business ou stratégiques, viennent de ceux qui ont su se projeter autrement dans l'avenir. Plutôt que de chercher à l'anticiper, ils ont joué avec le futur.¹⁴⁶

Cette constatation souligne quelque chose d'important : certaines organisations, en exploitant des visions alternatives, ont su sortir de l'idée d'un avenir amaigri par la probabilité. C'est d'ailleurs souvent en cela qu'elles sont qualifiées d'« innovantes » : pas tant pour le produit ou service qu'elles proposent, mais par le regard neuf qu'elles posent sur leur avenir et celui de leur environnement.

Deux voies semblent donc s'offrir aux organisations face au changement : elles peuvent se transformer soit de manière réactive sous des contraintes extérieures, soit de manière proactive à l'aide d'une vision alternative et de plans stratégiques de rupture.

3. La vision stratégique : des imaginaires combinés au cœur du développement de l'organisation

Nous l'avons vu, le changement fait partie intégrante de la vie d'une organisation. En tant qu'organisme, elle représente un ensemble structurant porté par un projet. C'est une association qui se propose des buts déterminés. Or, ces buts ou « missions » ne peuvent être choisis sans définir au préalable l'avenir dans lequel ils prendront place.

L'un des premiers éléments structurants d'une organisation est donc ce que l'on nomme, en termes marketing, sa *vision*. Antoine de Saint-Exupéry écrivait : « Si

¹⁴⁶ MASSON, Anthony, MINVIELLE Nicolas, WHATELET Olivier, *Jouer avec les futurs : Utiliser le design fiction pour faire pivoter votre entreprise*, Paris, Pearson France, 2016, p. 3

vous voulez construire un bateau, ne vous contentez pas de réunir des hommes, du bois et du fer, mais parlez-leur des mers que le navire sillonnera jusqu'à les en faire rêver ... ». Là est toute l'importance de la vision que se donne l'organisation : elle est essentielle en cela qu'elle offre une direction à prendre, une perspective. Elle ne se concentre non pas sur la prédiction, mais sur le désir : un désir qui anime et associe les parties au tout et qui est donc au fondement même de l'essence de l'organisation, de ce qui la constitue. Burton Nanus aujourd'hui professeur émérite à l'Université de Californie du Sud, en a fait son objet d'étude dans les années 1990. Dans *Visionary Leadership: Creating a Compelling Sense of Direction for Your Organization*, il la définit comme « un panneau indiquant le chemin à suivre, pour tous ceux qui ont besoin de comprendre ce qu'est l'organisation et où elle tente d'aller ». Nous comprenons donc que la vision d'une organisation (« où tente-elle d'aller ? ») est intimement liée à son identité et à sa raison d'être.

De plus, en se tournant fondamentalement vers la désirabilité d'un futur choisi (se donnant la possibilité d'être décollé du présent), la vision appartient aux champs des possibles, et non des probables. Par conséquent, la vision des organisations est bien souvent grandiose et, en tant que représentation mentale d'un état futur désirable, se veut souvent attractive. En 1995, G. Hamel et C.K. Prahalad¹⁴⁷ reprennent les travaux de B. Nanus dans leur ouvrage *La conquête du futur* en 1994 et remarquent la disproportion de cette ambition qu'ils nomment *dessein stratégique*.

Ce rêve qui est capable de dynamiser une entreprise, nous le désignons sous le nom de dessein stratégique ; c'est la pièce maîtresse de l'architecture stratégique. Celle-ci peut montrer le chemin de l'avenir, mais c'est un dessein stratégique ambitieux et irrésistible qui fournit l'énergie intellectuelle et affective nécessaire pour faire le voyage. L'architecture stratégique est le cerveau, le dessein stratégique en est le cœur.¹⁴⁸

Nous retrouvons bien là la phrase de Saint-Exupéry : pour entraîner au voyage, une vision doit faire rêver. Mais une vision est-elle du rêve pour autant ?

Définir sa vision, c'est imaginer le futur que l'on souhaite, que l'on désire. Ce futur souhaitable tient l'ensemble des parties dans le tout de l'organisation, car il répond à la question « Pourquoi ? ». Il justifie missions, objectifs, stratégie (et non pas l'inverse). En cela, il n'est pas un rêve, mais se nourrit d'imaginaires. Si la prospective et autres démarches quantitatives, basées sur des faits historiques et des modélisations,

¹⁴⁸ HAMEL G., PRAHALAD C.K., *La conquête du futur*, InterEditions, Paris, 1995

peuvent en effet être utiles à la planification stratégique – à condition que l’on prenne la mesure des biais qui lui sont liés – elles nous paraissent bien peu utiles pour proposer des visions normatives, souhaitables, et véritablement alternatives. C’est pourquoi, dans la deuxième moitié du XXe siècle, certaines organisations (dont Shell était l’une des premières) ont préféré faire appel aux méthodes exploratoires des scénarios. Celles-ci possédaient alors plusieurs avantages dont celui, non négligeable, de sortir des biais cognitifs affectant les prévisions de la prospective. En effet, l’un des fondements de la méthode des scénarios est celui de sortir du point de vue nombriliste de l’entreprise et de faire appel à des sources d’informations relevant du social, de l’économie, du politique, ect. Contrairement à la prospective de plus, cette méthode propose systématiquement plusieurs visions du futur s’attachant à y discerner des incertitudes critiques, dans lesquelles elles pourraient trouver une alternative aux visions actuelles. Notons d’ailleurs que si cette démarche a été développée dans une entreprise, son utilité s’applique à toute organisation. N. Minvielle, O. Whatelet et A. Masson rappellent à ce propos les scénarios de Mont Fleur « développés après l’arrivée au pouvoir de Nelson Mandela en Afrique du Sud, où toutes les parties prenantes (...) s’étaient retrouvées pour une série de workshops visant à proposer des lendemains qui soient plausibles et préférables.¹⁴⁹ » Cette construction de visions souhaitables du futur est aujourd’hui essentielle et la méthode des scénarios permet, en laissant place à l’incertitude et par l’exploration d’alternatives, de les façonner, les affirmer où les questionner.

Le design fiction, s’approchant de ce type de méthodes, propose de « jouer avec les futurs » sans les prédire, de manière à questionner la préférabilité des visions possibles. Il s’extrait de cette manière des techniques de projections classiques, fondées sur des modélisations limitant le nombre de références disponibles et appauvrissant le champ des alternatives.

¹⁴⁹ MASSON, Anthony, MINVIELLE Nicolas, WHATELET Olivier, *Jouer avec les futurs : Utiliser le design fiction pour faire pivoter votre entreprise*, Paris, Pearson France, 2016, p. 31

B. Design fiction et marketing : une appropriation risquée

L'utilisation de méthodes exploratoires telles que les scénarios ont pour intérêt d'ouvrir libérer la pensée des futurs des indicateurs actuels ou passés, freinant le développement de visions alternatives. Pour autant, la dimension fondamentalement critique du design fiction se heurte parfois à des nécessités économiques et à des impératifs marketings, dépouillant le plus souvent la pratique de sa réflexivité potentielle.

1. **Design fiction et image de marque : une démarche communicationnelle à l'objectif promotionnel**

Certaines organisations ont en effet adopté très tôt les méthodes fondées sur la production de scénarios. Grâce à la force des imaginaires développés, ces fictions deviennent principalement un outil d'influence, procédant d'une démarche davantage persuasive que réflexive.

Dans un contexte capitalistique et concurrentiel, le risque était en effet grand pour le design fiction qu'on lui ôte son caractère critique et grippant pour proposer des fictions « design » et des visions futuristes « packagées ». Comme l'a montré Thomas Michaud, « l'utilisation de la science-fiction pour médiatiser des innovations, dans le cadre des publicités, n'est pas nouvelle¹⁵⁰ », en particulier dans le secteur technologique. Bill Gates n'a jamais caché, par exemple, sa culture *geek*, il l'a bien plutôt souligné à maintes reprises dans la vision de l'entreprise immense qu'il a fondée, Microsoft. Néanmoins, il est difficile de ne pas cacher l'opportunisme d'une telle démarche. Deux exemples nous semblent tout à fait probants pour souligner l'intérêt promotionnel de l'utilisation de la science-fiction – et par extension du design fiction – dans la construction de visions du futur. À travers une série de vidéos nommée *Microsoft's Future Productivity Vision*, Microsoft s'est proposé en 2011 d'imager sa vision du futur et se positionner ainsi sur un parti pris technologique fort¹⁵¹. À l'instar du design fiction tel que décrit dans les deux premières parties de notre recherche, ces

¹⁵⁰ MICHAUD Thomas, *L'innovation entre science et science-fiction*, Londres, ISTE Éditions, 2017

¹⁵¹ MICROSOFT, *Future Productivity Vision*, 2009.

[disponible en ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=a6cNdhOKwi0>], consulté le 3 mars 2018

vidéos représentent des artefacts, construits par des experts tout comme par des artistes. Le parti pris est fort : confier l'invention du futur non pas seulement « à une rationalité purement scientifique, mais en soutenant le dialogue entre les mondes de l'art et de la science¹⁵² ». De cette collaboration sont nées plusieurs œuvres de fictions, accompagnées d'un discours de l'organisation elle-même affirmant son ambition de « dévoiler » le produit de sa recherche. Alors que la technologie – nous l'avons vu – procure parfois beaucoup d'anxiété, dans les scénarios ici produits, elle renoue davantage avec son passé techno-positiviste : des écrans envahissent notre environnement dans une sérénité déconcertante, nous permettant d'un glissement de doigt et à l'aide d'une interaction toujours très fluide une multitude de services améliorant notre quotidien¹⁵³. Nous ne sommes pas loin, ici, des anciennes réclames promouvant des cuisines toute équipées censées libérer la ménagère de ses lourdes tâches domestiques. En effet, la vision de Microsoft, présentée comme telle, nous offre un futur dans laquelle la technologie ne « bug » pas, toujours forcément liée au bien être de l'humanité. Aucune trace de déchets dans la rue. L'environnement est accueillant, propre, voire aseptisé. Même les procédés cinématographiques appuient cet aspect futuriste au moyen de *travellings* lents et lisses. Cette vision, diffusée par l'un des *leaders* de l'innovation mondiale, fait de la technologie une forme de production supérieure à toutes les autres et participe au bien être de l'homme à tous les niveaux de sa vie quotidienne.

Dans cette représentation pratiquement « magique », rien ne dérange et l'effort de projection ne questionne plus grand chose tant cette dernière nous paraît éloignée de notre réalité. Quelques années plus tard, Microsoft réitère en annonçant la publication d'une anthologie, là encore fruit de la collaboration d'artistes, de designers et d'ingénieurs. Or, là encore, sa création semble être autant « une contribution à la prospective et à la stratégie d'entreprise, susceptible d'aider les managers et dirigeants à prendre les décisions les plus intelligentes, qu'une forme de publicité déguisée destinée aux leaders d'opinion¹⁵⁴ ». Car, nous l'avons vu, une vision stratégique doit être attractive, l'utilisation de telles spéculations entourées de fictions, ne semble en effet pas anodine, oubliant la production de propositions à la fois plus critiques, mais

¹⁵² MICHAUD Thomas, *L'innovation entre science et science-fiction*, op. cit.

¹⁵³ Voir Annexe 7 *Future Productivity Vision*, Microsoft

¹⁵⁴ MICHAUD Thomas, *L'innovation entre science et science-fiction*, op. cit.

aussi et surtout plus ordinaires. En résulte la mise de côté de la démarche exploratoire au profit d'une posture tenant davantage du marketing. Il y a là la possibilité d'un premier déplacement de la pratique du design fiction : en devenant un « instrument », il peut servir des causes – en particulier communicationnelles voire promotionnelles - qui lui échappent. En tournant le dos à la provocation et au sentiment d'inquiétante étrangeté, il perd sa qualité discursive. Lors de la sixième séance du Design Fiction Club, Max Mollon s'est questionné, non sans inquiétude, sur l'utilisation du design fiction comme « levier marketing » :

Ce formidable outil de confrontation au changement est tout autant un outil de propagande massive. À l'instar des campagnes promotionnelles des futurs de Microsoft, ou des “placements produits” du futur dans les block-busters de science-fiction hollywoodien : depuis de nombreuses années déjà le design fiction lave vos futurs plus blancs que blancs !¹⁵⁵

Dans la vidéo de Microsoft comme d'autres productions estampillées comme faisant parties du design fiction, nous avons davantage affaire à une situation de communication dans laquelle il est évidemment difficile d'adopter une posture critique. Le design renoue alors avec ses anciens démons et devient une véritable arme de manipulation, vectrice d'imaginaires. Que ceux-ci soient fondamentalement nouveaux ou anciens, leur production ne discute que très peu la désirabilité du futur ainsi présenté.

Cette analyse semble nous en dire donc beaucoup, à la fois sur la frilosité des organisations à embrasser des démarches véritablement critiques, mais aussi sur comment ces démarches, présentées comme réflexives, peuvent leur permettre de camoufler des logiques davantage promotionnelles en agissant sur l'image de marque.

2. Repousser les limites de l'acceptabilité : de l'exploitation commerciale des démarches spéculatives

Si, par la diffusion de leur vision stratégique, certaines design fiction deviennent un outil communicationnel et promotionnel, les démarches spéculatives

¹⁵⁵ MOLLON Max, « Design Fiction Club #6 : Design fiction & marketing : dans la gueule du Loup? » in *Design Fiction Club*, organisé par Max Mollon, 13 mars 2018, Gaité Lyrique (Paris).

peuvent également représenter un moyen de définir le seuil d'acceptabilité des usagers, voire, dans certains cas, de le repousser.

Cette idée se fonde sur un principe exposé par celui que l'on nomme aujourd'hui le « père du design industriel¹⁵⁶ », Raymond Loewy. Tout le monde s'accorde aujourd'hui à reconnaître la clairvoyance commerciale de ce designer français qui a longuement étudié le comportement des consommateurs face à l'innovation. Ses analyses ont produit de nombreux principes, respectés encore aujourd'hui par bon nombre de concepteurs et *marketers*. L'un d'entre eux est le principe « MAYA » et nous intéresse particulièrement pour comprendre en quoi les créations spéculatives possèdent une grande potentialité pour orienter le choix des consommateurs. Il se fonde sur une étude rigoureuse des choix de consommations, tout comme des modèles de représentation de la population américaine face à l'innovation. Dans cette analyse, Raymond Loewy a distingué deux forces qui, selon lui, s'opposent. La première, nommée *neophilia* consiste en la curiosité éprouvée face à la découverte de nouvelles choses. La deuxième, nommée cette fois-ci *neophobia*, représente à l'inverse la crainte ressentie par rapport à quelque chose de trop nouveau. Cet important paradoxe cognitif implique de grosses conséquences dans le travail de création, tout comme dans celui de marketing. En effet, il oblige selon lui le concepteur à naviguer entre ces extrêmes et à créer des produits ou services audacieux (pour être attractifs) tout en étant compréhensibles (pour ne pas être anxiogènes). De cette manière, le consommateur peut ressentir un frisson de nouveauté dans l'utilisation d'un produit qui lui fait se sentir en sécurité. Cette théorie, Raymond Loewy, la nomme dans son livre *La laideur se vend mal* par l'acronyme « MAYA » signifiant « *Most Advanced Yet Acceptable* »¹⁵⁷. Il y souligne l'importance de chercher dans la conception d'un produit son stade d'innovation le plus avancé tout en restant acceptable. Or, n'est-ce pas en partie ce que propose le design fiction en rendant l'étrange familier ? Les prototypes diégétiques, sous l'angle de l'inquiétante étrangeté, pourraient tout à fait faire l'objet de ce principe.

Ce que nous souhaitons pointer du doigt ici, c'est là encore le détournement commercial possible de propositions à l'origine critiques. En effet, l'une des

¹⁵⁶ THOMPSON Derek, « The Four-Letter Code to Selling Just About Anything », *The Atlantic*, [disponible en ligne : <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2017/01/what-makes-things-cool/508772/>], consulté le 13 juillet 2018

¹⁵⁷ LOEWY Raymond, *La laideur se vend mal*, Paris, Gallimard, 1990

recommandations principales qu'offre la théorie MAYA aux designers, ingénieurs et *marketers* est qu'il est essentiel de jouer sur le niveau de familiarité qu'entretiennent les utilisateurs avec l'innovation qui leur sera proposée. Or, si ça n'en est le but, c'est typiquement une des « qualités » de la production et la diffusion de fictions spéculatives. En introduisant dans des concepts étranges une certaine familiarité ordinaire, une design fiction peut parfois rendre acceptable un prototype dont la vocation n'était pourtant absolument pas d'être produit. Nous pouvons dès lors nous questionner de l'utilisation de cette démarche dans un cadre professionnel et commercial, permettant des études d'acceptabilité.

À ce titre, nous nous souvenons sûrement de l'affaire Edward Snowden, aujourd'hui le plus célèbre des lanceurs d'alertes. Cet informaticien américain ancien employé de la NSA et de la CIA a révélé en 2013 de lourds secrets sur les systèmes de renseignements et plus largement, sur des programmes de surveillance de masse installés en Amérique et au Royaume-Uni. L'une de ses révélations visait des laboratoires de recherche en design dans lesquels il avait travaillé. Selon lui, ces laboratoires auraient reçu des fonds conséquents provenant de grandes entreprises technologiques pour produire des fictions spéculatives¹⁵⁸. Celles-ci, annoncées comme des outils de recherches (en apparence donc critiques) procédaient selon E. Snowden en réalité du principe MAYA que nous avons développé plus haut. L'idée consistait en la production de propositions spéculatives extrêmes, de manière à pousser plus loin l'acceptabilité des clients de ces entreprises sur « le spectre de l'innovation ». S'il semble que nous n'avons aucune preuve formelle de cette stratégie à ce jour, elle ne semble pas si étonnante : les pratiques critiques sont un excellent moyen de tester les futurs, nous l'avons vu, mais il est important de comprendre que les résultats de ce test peuvent servir à toutes autres intentions que celles qui lui ont été donné à l'origine.

3. Design fiction et management de l'innovation : réinterprétations et appropriations discursives

¹⁵⁸ TONKINWISE Cameron, « Design fictions about critical design » in Modes of Criticism, [disponible en ligne : <http://modesofcriticism.org/design-fictions-about-critical-design>], publié le 2 mars 2015, consulté le 13 juillet 2018

Si le design fiction est aujourd'hui investi par le champ professionnel, c'est car, nous l'avons vu, il possède de nombreux atouts pouvant être exploités à des fins commerciales. Mais au delà de pouvoir devenir un outil marketing, il peut également s'insérer dans l'organisation en tant que technique de management de l'innovation. Cette appropriation des démarches spéculatives donne aujourd'hui lieu à de nombreux « discours d'escorte » en en faisant un vecteur « d'accélération » de l'innovation, plutôt qu'un moyen de la questionner.

Tandis qu'en mai 2017, le premier évènement du cycle Design Marabout organisé au Centre Pompidou se demandait si la proposition du design fiction n'était pas finalement celle de relancer l'innovation « droit dans le mur¹⁵⁹ », un article du Monde publié en mars 2018 le définissait plutôt comme un « nouveau filon pour les entreprises¹⁶⁰ ». Il est en effet indéniable que les pratiques exploratoires permettent non seulement – nous l'avons vu – de diffuser des visions dans une logique marketing, mais aussi d'accélérer manifestement les cycles d'innovation dans certains cas. Pour l'analyser, il est nécessaire de comprendre comment la pratique spéculative, à travers l'usage de prototypes diégétiques, permet de lever certains de nos blocages cognitifs et, par extension, d'augmenter notre capacité à innover. Pour cela, nous avons choisi de nous pencher sur la théorie C-K (*Concept Knowledge*) développée par Armand Hatchuel et Benoit Weil au début des années 2000¹⁶¹. Ces deux collègues du Centre de Gestion Scientifique de Mines ParisTech ont proposé, à travers ses démonstrations, une théorie de la conception et du raisonnement de conception. Nous ne pourrions ici la traverser en détail tant celle-ci propose aujourd'hui de multiples applications pratiques. Néanmoins, nous pouvons en souligner certains principes saillants qui nous permettent de comprendre l'implication des démarches spéculatives au sein du processus de conception.

La théorie C-K modélise deux espaces : le premier est l'espace *concept* dans lequel on s'autorise à imaginer l'ensemble des possibles (voire impossibles) tandis que

¹⁵⁹ « Le design fiction », *Design Marabout n°1* organisé par Max Mollon le 3 mai 2017 au Centre Pompidou (Paris).

¹⁶⁰ JACQUÉ Philippe, « La science-fiction, nouveau filon des entreprises pour imaginer leur futur », Le Monde, [disponible en ligne : https://www.lemonde.fr/entreprises/article/2018/03/02/la-science-fiction-nouveau-filon-des-entreprises-pour-imaginer-leur-futur_5264502_1656994.html], publié le 2 mars 2018, consulté le 2 mars 2018

¹⁶¹ LE MASSON Pascal, « La théorie C-K, ou comment modéliser la créativité », *Paris Innovation Review*, [disponible sur : <http://parisinnovationreview.com/article/la-theorie-c-k-ou-comment-modeliser-la-creativite>], publié le 28 avril 2017, consulté le 13 juillet 2018.

le deuxième est celui de la *connaissance (knowledge)*. Ce dernier constitue une « bibliothèque » de références sur lesquelles nous nous appuyons pour imaginer un nouveau concept.

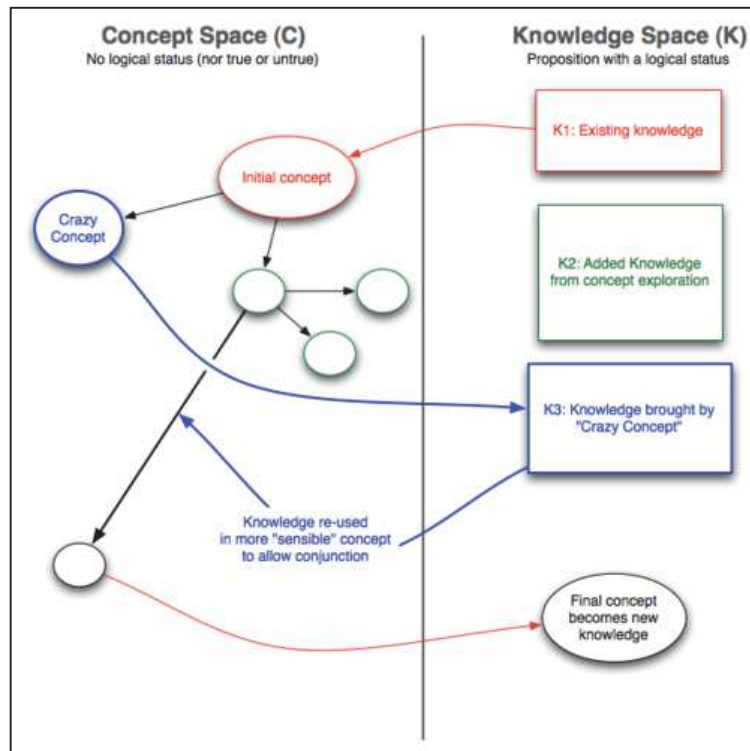


Figure 2 - Modélisation de l'interaction entre l'espace des concepts et l'espace des connaissances selon la théorie CK

L'intérêt de cette modélisation est celle d'étudier l'interaction de ces deux espaces. Elle pose le principe qu'aucune idée, aussi folle soit elle, n'est autre que le résultat d'une combinaison de connaissances déjà disponibles. Ainsi, une extension du domaine des connaissances permet l'extension du domaine des concepts, et cette dernière orientera également en retour le développement de nouvelles compétences. Si nous appliquons à présent cette théorie à la pratique du design fiction, nous pouvons concevoir l'artefact fictif comme faisant partie de l'ensemble C (*concept*). Or, son exploration nous indique en retour de nombreuses et précieuses informations de manière à étendre l'ensemble des connaissances. C'est ainsi que de nombreux récits de science-fiction ont servi à guider la conception de nouveaux produits. Ainsi, la reprise, dans le cadre du design fiction, de la théorie C-K peut laisser penser qu'il se range au côté de nombreuses autres pratiques telles que le *design thinking* dans le vaste champ du management de l'innovation.

En effet, de nombreux discours, en mettant en avant le formidable potentiel de la démarche spéculative du design fiction, en éclipsent quelque peu sa vocation critique et discursive. C'est par exemple le cas dans l'article du Monde cité plus haut. En employant un vocabulaire très mélioratif sur le potentiel innovant de telles démarches (elles représenteraient un « outil » - sans en préciser l'action – ou tout au plus une « mine d'or » pour les organisations), le journaliste fait relativement l'impasse sur les origines de cette pratique et leur valeur critique. Il cite notamment Ari Popper, fondateur de SciFutures, une agence de conseil californienne basée sur l'emploi de la science fiction et des prototypes diégétiques. Sur le site web de SciFutures, nous pouvons lire leur slogan de marque : « *we accelerate innovation with sci-fi prototyping*¹⁶² ». Le mot que nous soulignons ici est celui d'*accélération*. En effet, il est associé à une culture spécifique de l'innovation, à un management de startup dans lequel l'innovation doit « aller vite ». Cette formulation, comme le fait remarquer ne présume pas de la réflexivité associée à la démarche, tout comme du questionnement qu'elle peut provoquer sur la valeur de l'innovation, notamment dans sa dimension éthique.

Les discours entourant la pratique du design fiction au sein des organisations ont aujourd'hui une grande influence sur sa popularité. Néanmoins, nous pouvons nous questionner sur cette valorisation lorsqu'elle est insérée dans une intention de compétitivité économique. En effet, l'importance d'y voir des « débouchés » conduit parfois les organisations à mécomprendre sa dimension réflexive, refusant qu'elle véhicule une vision trop provocante ou trop critique des futurs.

¹⁶² Voir Annexe 8 Page d'accueil du site du studio SciFutures

C. Penser les futurs pour se repenser soi-même : une réflexivité nécessaire, à la croisée d'enjeux stratégiques et éthiques

intro

1. **Enjeux éthiques et vigilance critique : de la responsabilité du designer dans l'exploration des futurs**

Les différentes appropriations convoquées dans la précédente partie nous amènent à souligner les risques potentiels dans la conservation de la valeur critique de la pratique spéculative au sein d'organisations. Cette dernière semble imposer au concepteur à la fois une vigilance réflexive, mais aussi une forte conscience éthique des ses enjeux.

Car les fictions spéculatives peuvent offrir autant de questionnement que de moyens d'affirmer une certaine vision des futurs, elles portent en elles une ambivalence qui peut tout à fait restreindre sa dimension critique. Cela peut générer différents risques qu'il convient ici de souligner. Le premier est celui, non des moindres, de faire de la pratique du design fiction une simple technique de prospective, rejoignant celles déjà existantes. En effet, en en faisant un outil d'« exploration », les discours médiatiques et professionnels insistent davantage sur sa valeur prévisionnelle que réflexive. De la sorte, elle est rangée aux côtés du *design thinking*, qui a largement été médiatisé ces dernières années comme un opérateur de compétitivité économique. Enfin, l'analyse des différentes appropriations professionnelles de la pratique nous questionne également sur le potentiel subversif des fictions élaborées. À ce titre, nous pensons notamment aux questionnements évoqués lors de la sixième rencontre du Design Fiction Club¹⁶³ : « une banque peut-elle, au moyen du design fiction, aller jusqu'à questionner le modèle capitaliste ? ». Ces questions ont également été relevées par Benoît Renaudin après la lecture de l'article du Monde. En en faisant un outil de projection à destination des dirigeants, la pratique du design fiction perd l'analogie qu'on aurait pu lui prêter avec le rôle diffractant d'un « miroir difformant » et est davantage comparé à « une boule de cristal ». Or, nous avons déjà affirmé tous les risques que peuvent engendrer une telle métaphore.

¹⁶³ MOLLON Max, « Design Fiction Club #6 : Design fiction & marketing : dans la gueule du Loup? » in *Design Fiction Club*, organisé par Max Mollon, 13 mars 2018, Gaité Lyrique (Paris).

Nous nous sommes donc questionnés sur le rôle du designer (ou plus largement du concepteur) dans la création de design fiction pour des organisations. Les détournements potentiels dont peut faire l'objet le design fiction nous semblent impliquer une grande responsabilité : au delà d'être un « créateur », le concepteur est aussi le garant de sa réflexivité. L'éthique du designer est depuis longtemps un sujet discuté par la communauté mais il est revenu ces dernières années une concertation majeure, questionnée au sein de l'ensemble des pratiques qui lui sont associés. Gauthier Roussilhe, pour ne citer que lui, a par exemple porté cette question à travers le documentaire *Ethics for Design*¹⁶⁴ dans lequel il pose un certain nombre de questions sur le rôle du designer en société : « À quoi sert le designer ? Comment faire pour qu'il travaille pour le bien de tous ? Quelles vertus doit-il porter, défendre ? ». Pour y répondre, il est parti à la rencontre d'une dizaine de designers à travers le monde pour les interroger sur leur pratique. Parmi eux, Nicolas Nova et James Auger questionnent les démarches spéculatives et critiques interrogeant notre rapport aux objets. James Auger y expose alors sa vision résolument critique des démarches exploratoires, consistant à relever la complexité du monde plutôt que la réduire. Il y aurait là une certaine éthique du designer, fondée sur la remise en question des propositions existantes pour faire des choix alternatifs et inclusifs.

Il nous a semblé de plus important de rappeler que cette conscience éthique du designer ne peut être réduite à sa déontologie. Comme le souligne Hubert Guillaud :

Il n'est pas nécessaire, pour se conformer à la déontologie, de réfléchir aux valeurs qui la sous-tendent ni même de partager ces valeurs. L'éthique, au contraire, invite le professionnel à réfléchir sur les valeurs qui motivent son action et à choisir, sur cette base, la conduite la plus appropriée.

Tandis que la déontologie explicite clairement la conduite à tenir, l'éthique, elle, est faite de choix. Ces choix se basent non seulement sur une réflexion quant aux conséquences de son action, mais aussi sur ses motivations. Ainsi, l'éthique n'est jamais acquise et reste un processus qui s'enrichit et se rectifie tout au long de la conception et de la diffusion du projet. Elle demande donc une attention, voire une vigilance, constante au monde qui entoure nos objets et nos usages.

¹⁶⁴ ROUSSILHE Gauthier (réal.), *Ethics for Design*, 2017, 50min. [disponible en ligne : <https://vimeo.com/235547814>], consulté le 23 avril 2018

Si, comme le souligne James Williams, « L'éthique n'est pas une pédale de frein sur l'innovation, mais un gouvernail¹⁶⁵ », pour de nombreuses organisations, la vigilance qu'elle demande semble parfois aller à l'encontre des impératifs économiques imposés dans un contexte de concurrence. De fait, si le concepteur doit s'en porter garant, il convient d'étudier la manière dont il peut collaborer avec d'autres parties prenantes dans l'organisation, que cela soit de manière interne ou externe.

2. Designer consultant, designer intégré : deux postures différentes au sein du projet

La conception de design fictions critiques, dans un contexte organisationnel, demande une conscience éthique dont le designer doit s'emparer. Néanmoins, le contexte actuel impose de nombreuses contraintes économiques aux organisations, les amenant parfois à se méprendre sur le rôle associé à ces fictions. Cette incompréhension pose une question majeure sur les acteurs impliqués dans le travail de conception, tout comme sur les spécificités de leur collaboration. S'ils sont peu nombreux, certains retours d'expérience de designers peuvent nous être utiles pour tenter d'établir quelques recommandations à ce sujet.

Nous l'avons vu, de nombreuses agences et studios de design se sont aujourd'hui spécialisés dans la pratique spéculative. Certaines d'entre elles proposent à présent leur expertise à des organisations (entreprises et institutions) de plus en plus en demande. Cette démarche de *consulting* possède l'avantage certain que le designer est ici appelé non seulement pour son expertise, mais aussi pour son recul face aux enjeux de l'organisation. Dans cette configuration, il semble qu'il puisse tout à fait appuyer son rôle de garant de la réflexivité et proposer, au sein de son artefact, une vision résolument critique des futurs qui pourront lui être offerts. Néanmoins, la consultation externe est aussi une configuration complexe qui possède, plutôt que des limites, de véritables défis à relever à la fois par l'organisation, mais aussi par les designers eux-mêmes. Dans un entretien concédé à l'agence *Design Friction*, Nicolas Nova revient sur quelques uns d'entre eux. Il cite notamment l'une de ses plus grandes

¹⁶⁵ GUILLAUD Hubert, « Quelle éthique pour le design ? », *Internet Actu*, [disponible en ligne : <http://www.internetactu.net/2017/09/18/quelle-ethique-pour-le-design/>], publié le 19 septembre 2017, consulté le 15 août 2018

« frustrations » : les délais alloués aux designers externes, souvent très courts, qui, selon lui, les empêchent de faire l'état des lieux de la réflexivité produite une fois la fiction diffusée¹⁶⁶. De plus, le travail de conception du designer se heurte bien souvent à certains départements spécifiques de l'organisation en cela que ceux-ci ne sont pas toujours impliqués dès les prémises du projet. Nous constatons donc, dans cette configuration, un grand besoin de pédagogie et la nécessité d'un dialogue constant entre le designer et l'ensemble des parties prenantes au sein de l'organisation, ceci dès la phase de conceptualisation.

Le deuxième type de conception que nous souhaitons analyser consiste en l'intégration, au sein même de l'organisation, d'une structure de recherche par le design fiction et spéculatif. Certaines grandes entreprises françaises telles qu'EDF et Orange ont entamé ce type de démarche depuis quelques années. EDF, en tant que *leader* producteur et fournisseur de l'énergie en France, fait aujourd'hui face à des enjeux sans précédents. La raréfaction des énergies fossiles ainsi que les risques sociaux et environnementaux que peut engendrer l'énergie nucléaire imposent à l'organisation de repenser son modèle et d'offrir à ses collaborateurs tout comme à l'ensemble des citoyens une certaine vision de la préférabilité des futurs. De plus, les possibilités qu'offrent les nouvelles technologies dans le cas des *smart cities* (ville intelligentes), sont de nouvelles opportunités pour cet acteur, qui lui imposent cependant de réfléchir aux enjeux éthiques de telles innovations. C'est avec cette ambition qu'une structure de recherche en design nommée « Design Lab I²R » a été créée au sein même du département Recherche et Développement d'EDF. Elle comprend une dizaine de designer dont les observations, qu'elles soient sociétales, culturelles, technologiques, sont censées nourrir l'innovation du Groupe. Guillaume Foissac, responsable de cette entité et enseignant chercheur à l'ENSCI, y a popularisé l'usage du design spéculatif.

L'idée, c'est d'utiliser les méthodes projectives et outils du design, qui permettent de se figurer les usages et les besoins qui vont arriver demain dans notre société, afin d'essayer

¹⁶⁶ DESIGN FRICTION, « Entretien avec Nicolas Nova, Near Future Laboratory », *Medium*, [disponible en ligne : <https://medium.com/design-friction/entretien-avec-nicolas-nova-near-future-laboratory-4cf7e7cb2f76>], publié le 29 novembre 2016, consulté le 15 aout 2018

de les anticiper et d'y répondre de la manière la plus adaptée possible, à court et à long terme.¹⁶⁷

Le but de cette recherche est donc de se figurer, à l'aide de représentations spéculatives, quelles visions semblent les plus souhaitables et ceci, si possible, pour le Groupe comme pour les citoyens. Une des initiatives de design fiction réalisée au sein de ce laboratoire fut exposée en 2015 à la Biennale du Design à Saint-Etienne¹⁶⁸. Le projet a fait appel à plusieurs designers intégrés pour concevoir des représentations de rupture du futur à l'horizon 2051. Selon Guillaume Foissac, ces représentations parfois opposées, parfois complémentaires, permettent « d'anticiper assez précisément le rôle des énergéticiens face aux mutations des sociétés et de s'engager dans ces mutations dès à présent ». Elles sont également partagées en interne afin d'impliquer l'ensemble le plus large possible de collaborateurs. L'intérêt de ce type de structure de recherche semble donc être dans l'implication des parties prenantes, certainement plus aisée pour un designer intégré que pour un designer consultant. Elle ouvre le questionnement et la réflexivité au sein même de l'organisation qui « apprend » à remettre en question ses visions et son modèle. Néanmoins, nous pouvons nous questionner quant à la valeur critique des œuvres proposées du fait de l'implication, au sein même de l'identité de l'organisation, du designer et de son travail.

Il semble donc, à l'heure actuelle, qu'il n'existe aucune « configuration » optimale. Faire appel à un designer consultant tout comme monter une structure interne de recherche comporte des avantages et des contraintes, mais surtout une vigilance quant à la réflexivité de l'œuvre. Les retours d'expérience de designers soulignent tous néanmoins la nécessité pédagogique de l'explication de l'importance de ce type de démarche au sein d'un contexte spécifique et d'impératifs économiques privilégiant souvent l'urgence à la prise de recul.

¹⁶⁷ « Pourquoi le design a-t-il un rôle à jouer dans la transition énergétique ? », Madyness, [disponible en ligne : <https://www.madyness.com/2018/02/01/smartcity-design-a-t-role-a-jouer-transition-energetique/>], publié le 22 mars 2018, consulté le 15 août 2018

¹⁶⁸ EDF, 2051, Biennale du design de Saint-Etienne, 2015, [disponible en ligne : <https://www.biennale-design.com/saint-etienne/2015/fr/biennale-in/?ev=2051-139>]

3. Pour une pensée des futurs réflexive et inclusive

Il n'existe donc, à cette heure ci, aucune « recette miracle » dans laquelle le design fiction ne serait ni appauvri de sa critique, ni dans les seuls mains d'un designer, ou encore exposé dans un musée. La réflexivité à laquelle il est attaché n'autorise d'ailleurs aucune « recette » possible, en cela qu'il doit faire l'objet d'une perpétuelle remise en question, tant sur la fiction elle même que sur son contexte de conception, puis de médiation. Ce n'est pas pour autant une raison pour tourner le dos à cette pratique qui possède un avantage conséquent : elle pourrait en effet devenir un moyen de désirer le changement dans toute son étrangeté et en accueillant les futurs au sein même de leur potentialité.

Nous avons pu le souligner durant toute notre réflexion : penser les futurs est une activité complexe, voire parfois même « douloureuse ». En effet, certaines visions de l'avenir nous « prédisent » des mondes sur lesquelles nous ne semblons posséder que peu de pouvoir, en témoigne la théorie de la singularité technologique¹⁶⁹ dans laquelle le futur nous mène tout droit vers la fin de l'ère humaine et un monde gouverné par les intelligences artificielles. Pourtant, nous l'avons vu, le futur *n'existe pas* et n'est que pensée, en puissance, d'une possibilité. Par conséquent, ne pourrait-on, comme l'écrit Jérôme Baschet, l'envisager et l'imaginer que comme « possible nécessairement incertain voué à être démentie dans le processus de sa propre réalisation¹⁷⁰ » ? Il nous semble en effet que cette possibilité redonne à nos choix actuels toute leur potentialité, mais aussi toute leur responsabilité dans la construction des avenirs. Or, le design fiction, en tant que manipulation réflexive des imaginaires, semble être une pratique particulièrement utile pour cela car il nous redonne des bases communes pour échanger et partager sur ces avenirs. En permettant d'impliquer salariés, patrons, médecins, patients, designers et utilisateurs dans la même discussion, il « ouvre » véritablement la pensée des futurs autrefois l'apanage des seuls mastodontes technologiques.

Néanmoins, cette discussion collective ne semble pouvoir advenir si les initiateurs (et/ou commanditaires) y cherchent une autre fin que cette simple

¹⁶⁹ GANASCIA Jean-Gabriel, *Le mythe de la Singularité*, Paris, Seuil, 2017.

¹⁷⁰ BASCHET Jérôme, *Défaire la tyrannie du présent*, Paris, La découverte, 2018, p. 217

réflexivité. Or, le design y est pour beaucoup, masquant les moyens techniques et institutions qui ont permis la réalisation de nos objets sous leur seule finalité. À ce principe, James Auger, Enrique Encinas et Julian Hanna ont répondu par la publication de leur manifeste pour « re-contraindre le design¹⁷¹ ». Celui-ci propose de lutter contre l'apathie dans laquelle la conception d'objets automatisés nous a mise, et ceci notamment en arrêtant d'être « obsédés » par les fins et permettant aux gens de récupérer les moyens. Selon eux : « *Life is not conceived as a linear progression directed to, and justified by, the achievement of a series of goals; it is a cycle in which ends cannot be isolated, one which cannot be dissected into a series of ends and means.*¹⁷² » Pour Hubert Guillaud, donner accès à cette part des moyens autrefois cachée, par des propositions critiques, c'est redonner au collectif des « leviers sur le monde¹⁷³ ». Or, il semblerait que c'est bien en reprenant la possession sur ces leviers que la souhaitabilité des futurs sera à nouveau envisagée : un désir qui irait au delà du simple couple dystopie/utopie. Ici, les moyens deviennent eux aussi des fins, ils ne sont pas envisagés de manière distancées.

Le design fiction, lui aussi, ne devrait pas attendre d'autres finalités que sa simple réflexivité. Il représente un élan vers l'avenir discursif et inclusif. Sa pratique au sein d'organisations, certes menacée par certaines priorités gestionnaires, pourrait leur faire faire face à leurs conditions d'existence à l'aune des grandes transitions de demain. Passer d'un paradigme dans lequel elles souhaiteraient réduire l'incertitude à celui dans lequel elles désireraient au contraire cette dernière, et dans lequel elles accueilleraient des visions plurielles autres que les leurs, pourrait bien leur permettre de « recalibrer » leur légitimité dans des avènements qui seraient ni occultés, ni connus d'avance.

¹⁷¹ AUGER James, ENCINAS Enrique, HANNA Julian, « Reconstrained Design : A manifesto », CCCBLAB, [disponible en ligne : <http://lab.cccb.org/en/reconstrained-design-a-manifesto/>], publié le 19 décembre 2017, consulté le 16 août 2018.

¹⁷² « La vie n'est pas conçue comme une progression linéaire orientée vers et justifiée par la réalisation d'une série d'objectifs. C'est un cycle dans lequel les fins ne peuvent être isolées, qui ne peut être disséquées en une série de fins et de moyens. »

AUGER James, ENCINAS Enrique, HANNA Julian, *Reconstrained Design : A manifesto*, art. cit.

¹⁷³ GUILLAUD Hubert, « Quelle éthique pour le design ? », *Internet Actu*, [disponible en ligne : <http://www.internetactu.net/2017/09/18/quelle-ethique-pour-le-design/>], publié le 19 septembre 2017, consulté le 15 août 2018

Conclusion

Nous nous souvenons sûrement de la phrase aujourd'hui célèbre de Jacques Chirac prononcée en ouverture du discours qu'il fit devant l'assemblée plénière du IV^e Sommet de la Terre en 2002 : « La maison brûle, mais nous regardons ailleurs ». Plus de 16 ans se sont écoulés depuis, et plus que jamais, nous aurions besoin de regarder l'incendie. Les disciplines critiques, dont fait initialement partie le design fiction, peuvent nous aider à cela : en pointant du doigt le foyer plutôt qu'en cherchant simplement un autre endroit où habiter, elles acceptent le monde dans toute sa complexité, sans chercher à résoudre cette dernière. Mais peuvent-elles encourager l'ensemble des acteurs à s'accorder cette réflexivité ?

Il semble aujourd'hui évident que nous manquons de visions alternatives lorsqu'il s'agit de penser les futurs. Les imaginaires les ayant « colonisés » depuis tant et tant d'années en forment aujourd'hui une véritable mythologie dont la performativité est conséquente. Ces « fantômes du passé », qu'ils soient fait de craintes ou au contraire d'espoirs, ne cessent de nourrir l'innovation, l'enfermant dans un cycle qui ne semble s'épuiser. Ils fondent « un passé qui ne passe pas et un futur fermé¹⁷⁴ » dans lesquels le présent est tout entier aspiré. Ce régime d'historicité a nourri une forme d'apathie quant aux objets techniques qui nous entourent, en particulier sur la légitimité non discutée de leur existence. À cette apathie et aux injonctions futuristes, le design fiction tourne le dos en proposant, par le biais d'objets réflexifs, à « mettre pause » et à imaginer « la maison du futur » brûler pour se questionner sur les étincelles que nous aurions pu laisser s'étendre.

Néanmoins, cette réflexivité est parfois douloureuse et nous manquons de temps pour se l'accorder. En l'abordant par l'angle de la fiction, le design fiction met en œuvre ces imaginaires dans une structure cohérente, compréhensible par tous. Il mobilise la narration pour « créer des ponts¹⁷⁵ » de l'étrange au familier. Tout se passe comme si cette impression étrange d'avoir déjà connu ce lointain qu'on nous présente

¹⁷⁴ HARTOG François, « Historicité/régimes d'historicité », in DELACROIX Christian, DOSSE François, GARCIA Patrick et OFFENSTADT Nicolas (dir.), *Historiographies, Concepts et débats*, Paris, Gallimard, « Folio », 2010, vol II, p. 766-771. p. 770

¹⁷⁵ AUGER James, *Why Robot? Speculative design, the domestication of technology and the considered future*, Thèse de doctorat en Philosophie, Londres, Royal College of Art, 2012

nous laissait un goût d'amertume, que nous ne pourrions que soulager en la discutant. Néanmoins, c'est tout autant l'ensemble des processus extra-diégétiques qui est mobilisé pour créer « une matière à débattre ». Car, dans le design fiction, la fiction n'est qu'un élément d'un projet plus large – discuter de la préférabilité des futurs – c'est bien plutôt cette situation, à la fois esthétique et rhétorique, permettant l'interaction entre le designer, son artefact et son « audience », qui est travaillée. Le mot « audience », comme nous avons pu le souligner, n'est pas anodin. Il invite le designer à inclure son public dans la conception même de l'artefact, tout comme dans sa médiation. Il le rapproche également, de ce fait, des attentes de son audience tout en jouant avec ces dernières.

Nous voyons là se profiler tout le risque lié à l'appropriation de la pratique dans le milieu professionnel. Car le design fiction « manipule » nos imaginaires, en cela qu'il les manie en vue d'une expérience, il pourrait tout autant les « manipuler » dans une certaine malhonnêteté – ou, pour être plus juste, dans d'autres fins que celle d'engendrer de la réflexivité. À cela, ajoutons que la fiction permet d'explorer des intentions sans le besoin de se plier à des contraintes économiques et techniques, chose que, comme en témoignent leur récent attrait pour la science fiction, les entreprises ont aujourd'hui bien comprise. Cette constatation pose donc la question essentielle des acteurs impliqués dans le projet de design fiction. Nous avons, au cours de la dernière partie de notre analyse, exploré cette question sans que celle-ci ne trouve une réponse directe. La jeunesse de l'expérimentation de ces pratiques mais aussi le manque de critère pour évaluer sa pertinence semblent difficilement nous permettre de juger de la pertinence d'une configuration par rapport à l'autre. Néanmoins, il nous semble que là encore, il y a un réel enjeu de communication et de pédagogie sur la pratique. Une méconnaissance de ces enjeux – qui n'ont pas d'autres fins que celle de « récupérer les moyens » – peut conduire certaines organisations à se méprendre sur son « utilité ». En soulignant leur frilosité par rapport à la diffusion de visions volontairement critiques, elles se privent en réalité d'une réflexivité quant à leur propre transformation. Est-il alors possible, pour une organisation, de repenser son organisation elle-même, à la fois comme structure et structuration ? C'est du moins ce que quelques exemples, peu nombreux car souvent gardés confidentiels, semble nous prouver.

Qu'il soit pratiqué au sein d'organisations ou partout ailleurs, le design fiction représente, comme l'écrivait le philosophe Walter Benjamin à propos de l'utopie, une

« technique de réveil¹⁷⁶ » rendant compte d'une « conscience onirique du collectif¹⁷⁷ ». Cette image dialectique peut nous permettre de dépasser la fascination naïve ou la peur paralysante que nous entretenons avec la pensée des futurs. Plus encore, elle nous permet de passer de la maîtrise des futurs (expertise, rappelons-le, rarement certaine) au désir de ces derniers, car compris comme une direction toujours déviée.

Nous pourrions donc finir cette analyse en soutenant que face aux fictions *consensuelles* que Jacques Rancière décrivait comme « les fictions dominantes (...) qui dénie de fiction en se faisant passer pour le réel lui-même¹⁷⁸ », le design fiction propose bien plutôt des fictions *consenties*, « au sens où elles procéderaient d'un élan actif et partagé, auxquelles nous aurions concouru.¹⁷⁹ » Néanmoins, rendre toute la justesse à la réflexivité que cette pratique demande d'être plus critique quant à sa recevabilité. En effet, pour asseoir la validité de sa valeur critique, il reste encore pour le design fiction un bout de chemin à parcourir. Dans une tribune à charge, Luiza Prado, chercheuse en design s'est questionnée sur les « angles morts » de la pratique elle-même¹⁸⁰. Elle remarque, à juste titre, la faible évocation de certaines problématiques au sein des projets spéculatifs actuels, telles que liées au genre, aux classes sociales ou encore au racisme. « *Your dystopia is happening to us, right now*¹⁸¹. » Ce cri d'alarme semble retentir plus que jamais, à l'heure où des visions alternatives autres que celle du « mâle blanc » semblent faire entendre leur voix. Nous pourrions, à ce titre, évoquer la science fiction africaine et le mouvement *afrofuturiste* revendiquant la nécessité de créer des alternatives aux visions occidentales. Ces visions imposent un tout autre modèle de pensée des futurs qui, peut-être, engagerons des « possibles » plus inclusifs, éteignant le feu qui semble brûler aujourd'hui encore.

¹⁷⁶ BENJAMIN Walter, *Critique et utopie*, Paris, Rivages, 2012

¹⁷⁷ Ibid.

¹⁷⁸ RANCIÈRE Jacques, *Le spectateur émancipé*, Paris, La Fabrique, 2008, p. 75.

¹⁷⁹ <https://journals.openedition.org/rfsic/2591>

¹⁸⁰ PRADO Luiza, « Questioning the “critical” in Speculative & Critical Design », *Medium*, [disponible en ligne : <https://medium.com/a-parede/questioning-the-critical-in-speculative-critical-design-5a355cac2ca4>], publié le 4 février 2014, consulté le 16 août 2018

¹⁸¹ Ibid.

Sources documentaires

Base de donnée en ligne

Cairn : <https://www.cairn.info/>

OpenEditions Journals : <https://journals.openedition.org/>

ResearchGate : <https://www.researchgate.net/>

Medium : <https://medium.com/>

Wikipedia : https://fr.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:Accueil_principal

Sources écrites

- **Romans**

ATWOOD Margaret, *The Handmaid's Tale*, Anchor Books, 1998

COLLINS Suzanne, *Hunger Games*, Paris, Pocket Jeunesse, 2009

- **Presse**

L'Atlas des Utopies. 1^{ère} éd., Paris, Le Monde, 2012

- **Manifeste**

AUGER James, ENCINAS Enrique, HANNA Julian, « Reconstrained Design : A manifesto », CCCBLAB, [disponible en ligne : <http://lab.cccb.org/en/reconstrained-design-a-manifesto/>], publié le 19 décembre 2017, consulté le 16 aout 2018.

DUNNE Anthony, RABY Fiona, *Speculative Everything - Design, Fiction, and Social Dreaming*, Cambridge, MIT Press, 2013

GROPIUS Walter « Propositions en vue de la fondation d'un établissement d'enseignement, conseiller artistique de l'industrie, des métiers d'art et de l'artisanat » in. ARON Jacques (dir.), *Anthologie du Bauhaus*, Bruxelles, Didier Devillez éditeur, 2002

Sources électroniques

BLEECKER Julian, « A short essay on design, science, fact and fiction », Near Future Laboratory, [disponible sur : http://drbfw5wflxon.cloudfront.net/writing/DesignFiction_WebEdition.pdf], publié en mars 2009, consulté le 12 octobre 2017

DESIGN FRICTION, « Entretien avec Nicolas Nova, Near Future Laboratory », *Medium*, [disponible en ligne : <https://medium.com/design-friction/entretien-avec-nicolas-nova-near-future-laboratory-4cf7e7cb2f76>], publié le 29 novembre 2016, consulté le 15 août 2018

FOSTER Nick, « The Future Mundane », *Core77*, [disponible en ligne : <https://www.core77.com/posts/25678/The-Future-Mundane>], publié le 7 octobre 2013, consulté le 2 juillet 2018

GUILLAUD Hubert, « Quelle éthique pour le design ? », *Internet Actu*, [disponible en ligne : <http://www.internetactu.net/2017/09/18/quelle-ethique-pour-le-design/>], publié le 19 septembre 2017, consulté le 15 août 2018

GUNN Eileen, « How America's Leading Science Fiction Authors Are Shaping Your Future », *Smithsonian Magazine*, [disponible sur : <https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/how-americas-leading-science-fiction-authors-are-shaping-your-future-180951169/?all&no-ist>], publié en mai 2014, consulté le 10 avril 2018

JACQUÉ Philippe, « La science-fiction, nouveau filon des entreprises pour imaginer leur futur », *Le Monde*, [disponible en ligne : https://www.lemonde.fr/entreprises/article/2018/03/02/la-science-fiction-nouveau-filon-des-entreprises-pour-imaginer-leur-futur_5264502_1656994.html], publié le 2 mars 2018, consulté le 2 mars 2018

KLEIN Naomi, « Dystopian Fiction's Popularity is a Warning Sign for the Future », *Wired*, [disponible en ligne : <https://www.wired.com/2014/12/geeks-guide-naomi-klein/>], publié le 20 décembre 2014, consulté le 16 août 2018

LE MASSON Pascal, « La théorie C-K, ou comment modéliser la créativité », *Paris Innovation Review*, [disponible sur : <http://parisinnovationreview.com/article/la-theorie-c-k-ou-comment-modeliser-la-creativite>], publié le 28 avril 2017, consulté le 13 juillet 2018.

MAFFESOLI Michel, « La postmodernité marque la fin de la République une et indivisible », *Philitt*, [disponible en ligne : <https://philitt.fr/2015/03/23/entretien-avec-michel-maffesoli-la-postmodernite-marque-la-fin-de-la-republique-une-et-indivisible>], publié le 23 mars 2015, consulté le 4 février 2018

MORIN Lucile, « Biohackers, l'internationale des savants fous », *Les Échos*, [disponible en ligne : http://www.liberation.fr/futurs/2014/11/09/l-internationale-des-savants-fous_1139780], publié le 9 novembre 2014, consulté le 12 mai 2018

PRADO Luiza, « Questioning the “critical” in Speculative & Critical Design », *Medium*, [disponible en ligne : <https://medium.com/a-parede/questioning-the-critical-in-speculative-critical-design-5a355cac2ca4>], publié le 4 février 2014, consulté le 16 août 2018

STERLING Bruce, « Sci-Fi Writer Bruce Sterling Explains the Intriguing New Concept of Design Fiction », *Slate*, publié le 2 mars 2012, consulté le 16 août 2018, [disponible en ligne :

http://www.slate.com/blogs/future_tense/2012/03/02/bruce_sterling_on_design_fictions.html]

THOMPSON Derek, « The Four-Letter Code to Selling Just About Anything », *The Atlantic*, [disponible en ligne :

<https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2017/01/what-makes-things-cool/508772/>], consulté le 13 juillet 2018

TONKINWISE Cameron, « Design fictions about critical design » in *Modes of Criticism*, [disponible en ligne : <http://modesofcriticism.org/design-fictions-about-critical-design>], publié le 2 mars 2015, consulté le 13 juillet 2018

« Qu'est-ce que le design ? », *Alliance Française des Designers*, [disponible en ligne : <http://www.alliance-francaise-des-designers.org/definition-du-design.html>], consulté le 21 mars 2018.

« Qu'est-ce qui nous anime ? », *Design Friction*, [disponible en ligne : <https://design-friction.com/contents/fr/#/pages/pourquoi>], consulté le 2 juillet 2018

« Pourquoi le design a-t-il un rôle à jouer dans la transition énergétique ? », *Madyness*, [disponible en ligne : <https://www.madyness.com/2018/02/01/smartcity-design-a-t-role-a-jouer-transition-energetique/>], publié le 22 mars 2018, consulté le 15 août 2018

« Donald Norman's Three Levels of Design », *The Interaction Design Foundation*, [disponible en ligne : <https://www.interaction-design.org/literature/article/donald-norman-s-three-levels-of-design>], publié en 2016, consulté le 23 avril 2018

Source audiovisuelles

• Films et Séries

BROOKER Charlie (réal.), *Black Mirror*, Channel 4, 2011

SPIELBERG Steven (réal.). *Minority Report*, 20th Century Fox, 2002, 144 min

ZEMECKIS Robert (réal.). *Retour vers le futur*, Universal Music, 1985, 126 min

• Documentaires

ROUSSILHE Gauthier (réal.), *Ethics for Design*, 2017, 50min. [disponible en ligne : <https://vimeo.com/235547814>], consulté le 23 avril 2018

• Conférences filmées

MOLLON Max, « Design Fiction Club #1 : Designer la critique et la spéculation, des présents alternatifs aux futurs pluriels » in *Design Fiction Club*, organisé par Max Mollon, 21 septembre 2018, Gaîté Lyrique (Paris). [disponible en ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=39qeDEpyWcQ&t=2584s>]

MOLLON Max, « Design Fiction Club #2 : Grand-écran, galerie d'art et au-delà » in *Design Fiction Club*, organisé par Max Mollon, 17 octobre 2018, Gaîté Lyrique (Paris). [disponible en ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=U2-JmwIWwG4&t=3279s>]

MOLLON Max, « Design Fiction Club #3 : Auto-critique du design fiction » in *Design Fiction Club*, organisé par Max Mollon, 28 novembre 2018, Gaîté Lyrique (Paris). [disponible en ligne : https://www.youtube.com/watch?v=vMMI0H1j_E8&t=3415s]

« Le design fiction », *Design Marabout n°1* organisé par Max Mollon le 3 mai 2017 au Centre Pompidou (Paris).

STERLING Bruce, *Lift Conference*, 2013, Genève (Suisse).

Sources orales

MOLLON Max, « Design Fiction Club #6 : Design fiction & marketing : dans la gueule du Loup ? » in *Design Fiction Club*, organisé par Max Mollon, 13 mars 2018, Gaîté Lyrique (Paris)

MOLLON Max, « Design Fiction Club #7 : Des fictions qui changent le monde » in *Design Fiction Club*, organisé par Max Mollon, 24 avril 2018, Gaîté Lyrique (Paris)

Projets de design fiction étudiés

AudioTooth Implant, *Auger Loizeau*, 2001

Afterlife, *Auger Loizeau*, 2009

Future Productivity Vision, *Microsoft*, 2011

Shenu : Hydrolemic System, *Takram*, 2012

Uninvited Guests, *Superflux*, 2015

Ikea Catalog, *Near Future Laboratory*, 2015

L'Éphéméride, *Max Mollon*, 2015

2051, *EDF*, 2015

Muto Lab, *Superflux*, 2016

Bibliographie

Ouvrages

- ARISTOTE, *Rhétorique*, Paris, Le livre de Poche, 1991
- BALANDIER Georges, *De la tradition à la post-modernité - Hommage à Jean Poirier*, Paris, Les Presses Universitaires de France, 1996
- BARTHES, Roland. *Mythologies*. Paris, Points, 2014
- BASCHET Jérôme, *Défaire la tyrannie du présent*, Paris, La découverte, 2018
- BERTRAND Gwenaëlle, FAVARD Maxime (dir.), *Poïétiques du Design*, Paris, L'Harmattan, coll. « Esthétiques », 2015
- BUBLEX Alain, DURING Elie, *Le futur n'existe pas : rétro-types*, Paris, Editions B42
- DERRIDA Jacques, *Spectres de Marx*, Paris, Galilée, 2006
- DURING Elie, « Ce que nous apprend le rétro-futurisme » in Bourriaud N. (dir.), *L'ange noir*, Paris, Éditions École des Beaux-Arts de Paris, 2013
- HAMEL G., PRAHALAD C.K., *La conquête du futur*, InterEditions, Paris, 1995
- HARTOG François, « Historicité/régimes d'historicité », in DELACROIX Christian, DOSSE François, GARCIA Patrick et OFFENSTADT Nicolas (dir.), *Historiographies, Concepts et débats*, Paris, Gallimard, « Folio », 2010
- JAUSS Hans-Robert, *Pour une esthétique de la réception*, Paris, Gallimard, 1990
- KIRBY David, « Le futur au présent : les prototypes diégétiques et le rôle du cinéma dans le développement scientifique et technique », traduit par DERIEUX Catherine, in BOIDY M., COVILLE M. et DERIEUX C. (dir.), *Les images de la science*, Paris, Poli, 2014
- LATOURET Bruno, *Changer de société. Refaire de la sociologie*, Paris, La Découverte, 2006
- LESOURNE Jacques et STOFFAËS Christian (dir.), *La prospective stratégique d'entreprise*, Paris, InterÉditions, 1996
- LEVI-STRAUSS Claude, *L'anthropologie structurale*. Paris, Plon, 1996
- LOEWY Raymond, *La laideur se vend mal*, Paris, Gallimard, 1990
- LYOTARD, J.F, *La condition postmoderne*, Paris, Editions de Minuit, 1979
- MASSON, Anthony, MINVIELLE Nicolas, WHATELET Olivier, *Jouer avec les futurs : Utiliser le design fiction pour faire pivoter votre entreprise*, Paris, Pearson France, 2016
- MICHAUD Thomas, *L'innovation entre science et science-fiction*, Londres, ISTE Éditions, 2017

MUSSO Pierre, « Usages et imaginaires des TIC » in LICOPPE Christian, dir., *L'évolution des cultures numériques*. Paris, FYP éditions, 2009

MUSSO Pierre et al. *Fabriquer le futur 2 : L'imaginaire au service de l'innovation*, Paris, Pearson France, 2007

NOVA Nicolas, *Futurs ? La panne des imaginaires technologiques*. Paris, Les moutons électriques, 2014, édition epub.

PEREC Georges, *L'infra-ordinaire*, Paris, Seuil, 1989

QUINZ, Emanuele, « *A slight strangeness*. Objets et stratégies du design conceptuel » in DAUTREY Jehanne et QUINZ Emanuele (dir.), *Strange Design Du design des objets au design des comportements*, Villeurbanne : it: éditions, 2014

SFEZ Lucien, *Critique de la communication*, 3^e édition. Paris, Le Seuil, coll. « Points », 1992

SIMON Herbert A., *The Sciences of the Artificial*, 3^e édition, Cambridge, MIT Press, 1996

Articles scientifiques

CELI Manuela, FORMIA Elena « Aesthetics of futures. Shaping shared visions of tomorrow », in. *The Design Journal*, No 20, 2017

CROZAT Dominique, *La performativité pour dépasser la représentation (ou tout un monde à s'inventer)*, Université Paul, Valéry Montpellier, 2009

LE MOËNNE Christian, « L'organisation imaginaire ? », *Communication et organisation*, n°34, 2008

LESSAULT Bertrand, « F. Hartog. Régimes d'historicité. Présentisme et expérience du temps », *L'orientation scolaire et professionnelle* [disponible en ligne : <http://osp.revues.org/752>], publié le 28 septembre 2009, consulté le 4 février 2018

MOLES Abraham, « La fonction des mythes dynamiques dans la construction de l'imaginaire social », *Cahiers de l'imaginaire*, n°5/6, 1990

MOLLON Maxime, « Dissensus : pour un design critique situé, en dehors du musée », in *Ateliers de la Recherche en Design*, novembre 2016, Académie Libanaise des Beaux-Arts (Beyrouth)

MOLLON Max, GENTES Annie. « The Rhetoric of Design for Debate: triggering conversation with an " uncanny enough " artefact. » in LIM Youn-kyung, NIEDDERER Kristina, et al., *DRS 2014 : Design's Big Debates: Pushing the Boundaries of Design Research*, Design Issues Volume 32, No 2, Juin 2014.

PIGANIOL Pierre, « Futurologie et prospective » in UNESCO, *Revue internationale des sciences sociales*, Volume XXI, numéro 4, 1969

VOROS James, « A generic foresight process framework » in *Foresight*, 2003, vol. 5, no. 3

SCHAEFFER Jean-Marie, « De l'imaginaire à la fiction » in *Vox Poetica*, [Disponible sur : <http://www.vox-poetica.org/t/articles/schaeffer.html>], consulté le 17 mai 2018

Thèse

AUGER James, *Why Robot? Speculative design, the domestication of technology and the considered future*, Thèse de doctorat en Philosophie, Londres, Royal College of Art, 2012.

Mémoire

SIMON Maxime, *Fiction réaliste – Opportunités du design-fiction dans un contexte de projet*, Mémoire de recherche professionnel sous la direction de CHATAGNON Sandrine et GIROUD Guillaume, Pôle Supérieur de design de Villefontaine, promotion 2016

Annexes

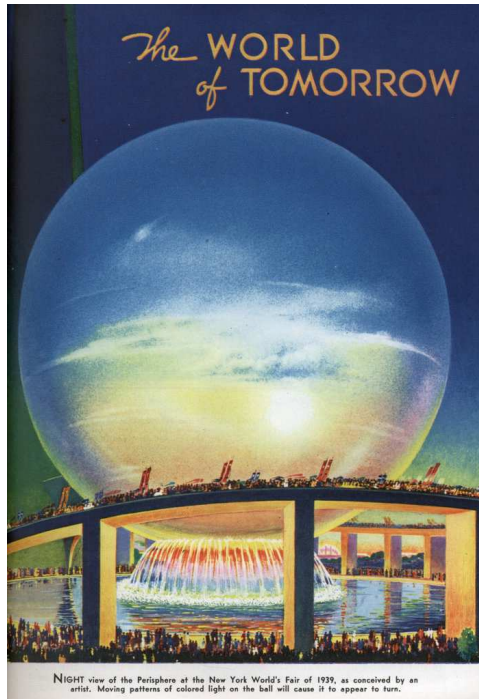
Sommaire des annexes

| | |
|--|-----------|
| Annexe 1 : L'exposition universelle de New York (1939) | 88 |
| 1.1 « <i>The worlds of Tomorrow</i> » | 88 |
| 1.2 Pavillon Futurama « <i>J'ai vu le futur</i> » | 88 |
| Annexe 2 : Hiroshi Ishiguro et son androïde | 89 |
| Annexe 3 : <i>Ikea Catalog, Near Future Laboratory, 2015</i> | 90 |
| Annexe 4 : <i>Audio Tooth Implant, Auger Loizeau, 2001</i> | 91 |
| 4.1 <i>L'implant prototype d'Auger Loizeau</i> | 91 |
| 4.2 <i>Le projet Audio Tooth Implant en Une du Times (2002)</i> | 91 |
| Annexe 5 : <i>Afterlife, Auger Loizeau, 2009</i> | 92 |
| Annexe 6 : <i>L'Éphéméride, Max Mollon, 2015</i> | 93 |
| Annexe 7 : <i>Future Productivity Vision, Microsoft, 2011</i> | 94 |
| Annexe 8 : Page d'accueil du site du studio SciFutures | 95 |
| Annexe 9 : Élaboration d'un atelier de design fiction, Ministère de la Transition Écologique et Solidaire | 96 |
| 9.1 « <i>Atelier collaboratif et élaboration de Transit'ère, magazine des transitions de 2022</i> » | 96 |
| 9.2 « <i>Livrable final : rubrique « Sciences, Technologies & Innovation » et « Logement, Mobilité & Territoires</i> » | 97 |

Annexe 1 : L'exposition universelle de New York (1939)

1.1 « The worlds of Tomorrow »

Illustration, artiste inconnu, in *Popular Mechanics*, 1938



1.2 Pavillon *Futurama* « J'ai vu le futur »

General Motors, New York, 1939



Annexe 2 : Hiroshi Ishiguro et son androïde

Le professeur de robotique Hiroshi Ishiguro pose ici avec «Geminoid», le prototype d'un androïde qu'il a modelé sur lui même.

Photographie : Evertt Kennedy Brown / epa / Corbis



Annexe 3 : Ikea Catalog, Near Future Laboratory, 2015

Créer via un atelier avec les étudiants du Mobile Life Center et le studio Boris Design, le projet avait pour ambition d'étudier le futur des objets connectés sous la forme d'un catalogue Ikea du futur proche.



Annexe 4 : *Audio Tooth Implant*, Auger Loizeau, 2001

Pour encourager un discours sur les biotechnologies et leur impact potentiel sur la société et la culture, le duo de designer a conçu le projet *Audio Tooth Implant* en faisant croire à la découverte d'un implant dentaire révolutionnaire, capable de communiquer.

4.1 L'implant prototype d'Auger Loizeau

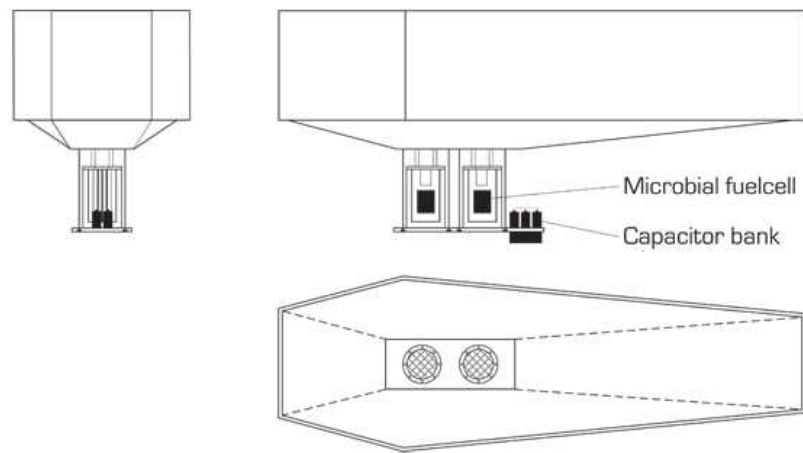


4.2 Le projet *Audio Tooth Implant* en Une du Times (2002)



Annexe 5 : *Afterlife*, Auger Loizeau, 2009

Les designers J. Auger et J. Loizeau réitèrent leur démarche critique et spéculative en 2009 à travers le projet *Afterlife* qui questionne de manière métaphysique le déplacement culturel des systèmes de croyance causée par la science et la technologie. À l'aide de différents visuels, ils représentent un cercueil capable d'utiliser le processus de décomposition du corps en stockage d'énergie.



Annexe 6 : L'Éphéméride, Max Mollon, 2015

Développé pour l'espace de réflexion éthique sur les ma Maladies d'Alzheimer et Neurodégénératives, l'Éphéméride fût présenté auprès d'une soixantaine de personnes lors de deux ateliers débat, à l'université d'été de l'Espace Éthique, Nantes, le 15 septembre 2015. Son ambition est d'identifier de manière participative, les questions éthiques propres au soin des patients MND et ainsi, les directions principales à donner au travail de l'Espace Éthique.



Annexe 7 : *Future Productivity Vision, Microsoft, 2011*

Captures issues de la vidéo *Future Productivity Vision 2011* par Microsoft.



Annexe 8 : Page d'accueil du site du studio SciFutures

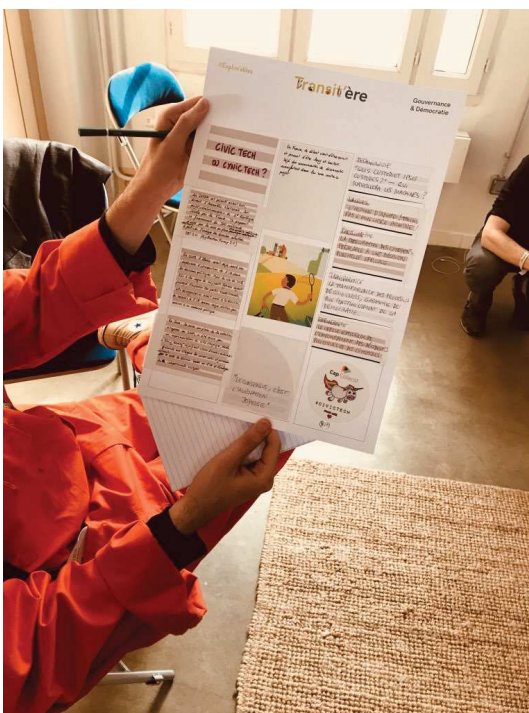
Captures prise le 3 juillet 2018 sur <https://www.scifutures.com/>



Annexe 9 : Élaboration d'un atelier de design fiction, Ministère de la Transition Écologique et Solidaire


9.1 « Atelier collaboratif et élaboration de Transit'ère, magazine des transitions de 2022 »

L'ensemble de ses photographies ont été prises le 3 avril 2018, lors de la rencontre du 1^{er} Forum annuel de la communauté Explor'ables.



9.2 « Livrable final : rubrique « Sciences, Technologies & Innovation » et « Logement, Mobilité & Territoires » »

Sciences



Technologies & Innovation

Commun(auté)s — Bottom-up — Hacking — Blockchain

#Explorables **Transit'ère** Sciences, Technologies & Innovation

Prats à la croisée des chemins : entre fédéralisme et intérêts privés



Fort de 1000 habitants, le village de Prats de Mollo (64) est un exemple de transition énergétique, sociale, solidaire, coopérative qui a fait des amules : plus de 2000 initiatives similaires à l'échelle de la France. La question de la pérennité de ce modèle sociétal se pose.

« Dans le futur, Prats cherchera à fédérer les initiatives des différentes communes de développement similaire afin de grandir et de se protéger face aux prédateurs privés »

— Fredo Dupra, Maire délégué de Prats

Gouvernance
Le « modèle de Prats » 100% autonome, coopératif, géré par une société d'économie mixte.

Initiatives
La montée des offres commerciales de type Google Community poussent ces initiatives à se fédéraliser.

Parcoursup est mort ! Vive Wikisup !

Un an après la mise en place de la blockchain « wikisup » par un collectif étudiant, le bilan apparaît très positif : tous les lycéens ont pu choisir leur voie et plébiscitent l'outil qui a pris le relais suite à l'effondrement du système Parcoursup.

Petit retour en arrière : 2020 a connu l'effondrement du logiciel Parcoursup de l'Education nationale, qui a causé des manifestations étudiantes massives et les protestations des parents. Face à ce dysfonctionnement majeur, les responsables des établissements scolaires et universitaires n'ont pu assurer la rentrée. En 2021, un collectif de citoyens et de startups a pris l'initiative et imaginé un système d'inscription alternatif qui s'appuie sur le principe de la blockchain. Le succès a été immédiat et a rencontré l'adhésion des étudiants et des familles. Il a en effet prouvé sa fonctionnalité et surtout redonné confiance face à cet échec majeur de l'État, dans l'efficacité des réponses bottom-up.

Le hacking, un vieux souvenir !

Avec le développement de la blockchain, nous pourrions désormais avoir l'assurance que le blocage de 10% des foyers, qui se sont retrouvés sans électricité en 2019 suite à un hacking, n'est plus qu'un mauvais souvenir.



Logement



Mobilité & Territoires

Dystopie — Utopie — Exclusion — Rétroaction

#Explorables **Transit'ère** Logement, Mobilité & Territoires

Du co-living sans vivre ensemble ?

On nous vend depuis 2015 les espaces de co-living comme des maisons du bonheur. Un récent fait divers - le suicide d'une co-livante - vient interroger les limites de ce mode de vie.

Un paradis ? Isabelle, blogueuse, était née avec le numérique. À 50 ans, elle avait choisi de rejoindre The Happy House. Le 3 avril, elle s'est suicidée. Elle vivait dans un environnement idéal et pourtant souffrait d'extrême solitude. D'après les études les plus récentes, l'entre-soi, l'enfermement et le manque de déconnexion sont les maux les plus fréquents...

Bâtisseurs de ponts, des nouveaux métiers pour (re)créer du lien

« En dehors des espaces collectifs et connectés, la vie perdue ! Il est devenu indispensable de bâtir des ponts en direction des individus et des espaces exclus »

— Samuel Martin, chercheur en néo-urbanisme

« La meilleure façon de prédire l'avenir, c'est de la créer ! »

— Peter Drucker, auteur américain



Des territoires ruraux exclus aujourd'hui, inspirateurs de la ville de demain ?



Tuto du jour
Comment construire son hôtel à insectes

Géopolitique
Le Nord pédale, quand le Sud passe la cinquième !

Quiz
Êtes-vous un exclu de la société ?

Résumé

Hunger Games, The Handmaid's Tale, Black Mirror... Le succès récent de ces fictions semble témoigner d'un élan particulièrement marqué des générations actuelles pour la dystopie. Si les auteurs de science-fiction ont depuis longtemps usé de ce genre pour mettre en avant des problématiques tout à fait présentes, il n'en reste pas moins qu'aujourd'hui, plus que jamais, les futurs qu'ils dépeignent semblent manifester une angoisse profonde, voire même un point de non retour, quant à leur souhaitabilité. À la croisée des sciences, des nouvelles technologies et de la société, la pratique du design fiction propose un renouvellement des imaginaires. En utilisant le processus fictionnel, il s'autorise en effet à imaginer des futurs qui nous dérangent pour établir un dialogue collectif, réflexif et inclusif sur leur préférabilité. Néanmoins, son appropriation récente par les organisations, l'inscrit dans la lignée des méthodes projectives, au dépend de sa posture critique. Pourtant, cette dernière pourrait bien engager une réflexivité, au sein des organisations, quant à leur propre transformation.

Mots clés :

Design – Fiction – Futur – Imaginaire – Innovation - Organisation - Réflexivité