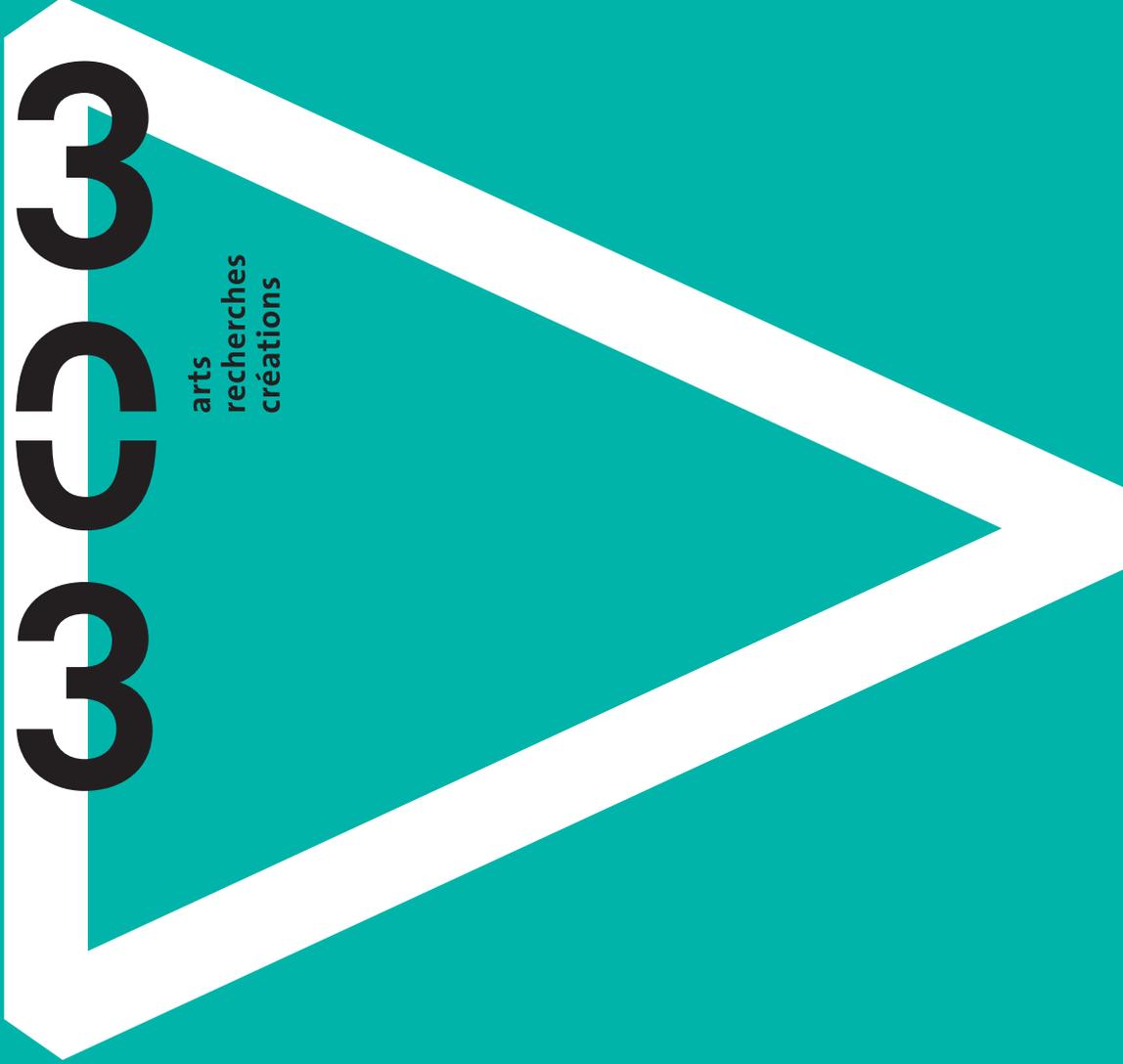


# STAN



RE

3333

arts  
recherches  
créations

# Un point furtif sur le design

Marc Monjou

**Projet esthétique ou stylistique, levier critique, enjeu économique, le design est assurément pluriel ; ses facettes sont si nombreuses que son unité peut nous paraître insaisissable.**

Pour s'emparer d'un concept ou d'un objet culturel quels qu'ils soient, outre le recours aux étymons dont l'actualité est par définition douteuse, on conseille souvent de commencer par se référer à leur acception la mieux partagée et la plus répandue. S'agissant du design, la démarche serait plutôt périlleuse : il apparaît en effet d'emblée que l'idée commune du design rompt avec ce que *design* veut dire pour les spécialistes du champ. Pire, rien n'indique qu'il existe parmi les professionnels eux-mêmes un consensus quant à ce qu'il faut entendre par *design*. L'évocation de ces divers points de vue sur le design (profane vs expert) n'est pas à prendre ici comme un artifice rhétorique, mais plutôt comme le révélateur d'un ensemble de problèmes sérieux, plus ou moins solubles, auxquels l'existence sociale du design est confrontée. Les auteurs appelés à s'exprimer à propos du design étant presque toujours des spécialistes, la distinction entre *sens commun* et *expertise* permet de rappeler que le design est d'abord et très majoritairement une offre caractérisée, une ressource disponible à quiconque mène une existence plus ou moins ordinaire dans l'une de nos sociétés (industrielles ou post-industrielles), où l'acte de consommer est réglé par les lois de l'économie de marché. Et à ce compte, selon le milieu, l'éducation, le niveau de revenus, ou selon le goût, la curiosité et le niveau d'intérêt – chacun renforcé par l'exploitation médiatique et mercatique lui correspondant –, le design oscille entre une classe indistincte et mal identifiée d'objets étranges et trop chers, dont l'acquisition est culturellement et économiquement inaccessible (et souvent non désirée, par la voie d'une conséquence paradoxale), et un répertoire de formes et fonctions « modernes » (dont l'iPhone, Twitter, Facebook ou la nouvelle Mini incarnent parfaitement le type contemporain) : très désirables, jamais trop chères et fortement compatibles avec la manière de mener à notre époque une existence heureuse et prospère, qu'il serait aujourd'hui aussi démodé que malvenu de qualifier de bourgeoise. Entre ces deux extrêmes, on trouve pêle-mêle le tuning<sup>1</sup>, le mobilier low-cost<sup>2</sup>, Ikea, les jeux vidéo, la déco, le tatouage, les livres, les identités de marques (dont les récits et les produits sont autant de manifestations objectives), la mode, etc.

Quant aux experts du design, lesquels ne devraient pas être complètement déconnectés de la première espèce, qui sont-ils ? Bien que le design soit avant tout un métier, ils ne sont pas tous des professionnels. Pour l'amateur éclairé, par exemple, attentif à l'origine et au sens des objets qui l'accompagnent dans sa vie quotidienne, pour l'étudiant en design, qui a choisi de s'engager dans la réforme de nos environnements

1. Voir ici même la contribution de Julie Gayral, et *Azimuts*, n° 42, p. 41-50.

2. Voir Marc Monjou, « Low-cost : le nouveau fonctionnalisme », *Azimuts*, n° 37, p. 35-54.

matériels, pour le collectionneur qui acquiert indifféremment une table originale de Charlotte Perriand ou une construction de Naum Gabo, le design ne se réduit déjà plus au simple répertoire de formes et de fonctions décrit plus haut : loin de n'être qu'une offre parmi d'autres, il incarne au contraire – au moins supposément – un certain

## Le design est la continuation de la culture par d'autres moyens.

rapport à la culture, quoique ce rapport puisse s'exprimer diversement de l'un à l'autre. Ici, la manière la plus commode et la plus économique de ramasser le propos serait de dire, par un travestissement de la phrase fameuse de Carl von Clausewitz, que pour eux le design est la continuation de la culture par d'autres moyens<sup>3</sup>.

Mais nous l'avons dit, le design renvoie d'abord et surtout à une catégorie de métiers, au premier rang desquels figure celui de designer – que l'on oublie trop souvent dans la cohorte de tous ceux qui, sans en être les auteurs, vivent *du, par* ou *pour* le design et qui le rendent tour à tour possible, connaissable, visible, désirable... et enfin négociable. Impossible en effet de parler du design sans déplier tout le système d'échanges auquel il ressortit, qui fait passer la solitude du designer pour une chimère engendrée par les historiens romantiques. S'il doit bien exister une expertise du designer, elle ne va pas sans celles de l'ingénieur, de l'industriel, du publicitaire, du distributeur, du critique, etc. Pourtant, rien n'indique que les intérêts de l'un et ceux des autres convergent forcément, et encore moins que le design, au titre de sa participation de l'économie générale, doive céder sur sa vocation en laissant attenter à son intégrité, comme semblent y inviter aujourd'hui les tenants d'un design « interdisciplinaire » – mot si commode pour s'arroger le droit à l'assujettissement disciplinaire. Là, encouragé et conditionné par la forme de vie dominante, le sens commun rejoint le point de vue des experts de la conception et de la production (les ingénieurs et les industriels, notamment) où le design, même si son importance et son intérêt stratégique sont reconnus, est majoritairement considéré comme un épiphénomène, une manifestation de surface. Que le design est superficiel, la conception « déco » du design – en vigueur auprès d'un très large public – le confirme autant que le travail de l'ingénieur,

pour qui les objets techniques s'engendrent d'eux-mêmes<sup>4</sup>, suivant la logique et l'histoire exclusives de la technique, et auxquelles le designer n'est invité à prendre part qu'*a posteriori* et accidentellement, en opérateur cosmétique ou, si l'on préfère, en coloriste. La distinction – évoquée dans ce numéro et ailleurs – entre une conception adjectivale du design et l'usage substantif du terme redouble cet état de fait et organise une bonne part des débats qui jalonnent l'histoire passée et contemporaine du design. Le design est-il seulement une valeur *ajoutée*, supposée sauver l'industrie de sa chute<sup>5</sup>, ce qu'indiquait déjà autrefois l'expression elliptique « arts appliqués » (comprendre : arts appliqués aux produits de l'industrie) ? Faut-il défendre l'idée contraire que le design existe ou pourrait exister *en substance* ? En ce dernier cas, il devrait revenir aux designers de caractériser les contours et le contenu de cette substance ; mais leur corps est coupé entre ceux qui, majoritaires, se satisfont de (ou tolèrent) leur implication dans un système d'échanges dont l'existence suffit à justifier le niveau de perfection (« C'est la vie ! ») et ceux, moins nombreux, qui s'échinent à pratiquer et soutenir un design libre ou revendiqué comme tel, et qui refusent de réduire le design à un *service* – synonyme de servitude – bref, ceux qui soutiennent que le design est un art et le designer un homme de l'art sinon un artiste, dont l'autorité, la souveraineté et la responsabilité sont indivisibles et non négociables.

On le voit, il existe donc aussi une scène politique du design : au sens étroit tout d'abord, où son indépendance fait l'objet d'une lutte continue ; au sens plus étendu ensuite, où le design concerne nos manières de vivre ensemble, d'échanger des biens et de bénéficier de services ; au sens très général enfin, où ces manières impliquent inévitablement pour les designers, comme pour ceux à qui se destinent leurs productions ou qui créent les conditions de leur diffusion, l'adoption d'une position idéologique ou d'un *ethos*, par option ou par défaut, et même implicitement.

L'histoire du design, que notre premier tableau a délibérément laissée de côté, peut être lue comme une suite de moments et de lieux où se sont développés ces luttes, ces échanges et ces prises de position, nous le verrons ici et plus loin dans le numéro. Mais nous allons voir aussi que les problèmes énoncés plus haut mettent en question les limites mêmes du domaine de cette histoire. Victor Margolin, qui a enseigné l'histoire du design pendant près de vingt-cinq ans à l'université de Chicago, a publié très récemment une monumentale histoire mondiale du design. Dans son introduction générale<sup>6</sup>, l'auteur apporte

3. La phrase originale de Carl von Clausewitz (officier et théoricien militaire prussien, 1780-1831), extraite de son *De la guerre*, est : « La guerre n'est rien d'autre que la continuation de la politique par d'autres moyens. » (NdR.)

4. Lire à ce propos Gilbert Simondon, « La création des objets techniques », dans *L'invention dans les techniques - cours et conférences*, texte établi par Jean-Yves Chateau, Paris, Seuil, coll. « Traces écrites », 2005, p. 282-284. Voir aussi *Azimuts*, n° 42, p. 103-109.

5. Voir Alain Cadix (dir.), *Pour une politique nationale de design*, rapport, 2013.

6. Victor Margolin, *World History of Design*, Londres, New York, Bloomsbury, 2015, 2 vol., p. 26-36. Les passages cités sont traduits par nous pour l'occasion.



Décoration intérieure du ministère de la Culture, par Charlotte Perriand, photographie, 1936. © Photo : ministère de la Culture - Médiathèque du patrimoine, Dist. RMN-Grand Palais / François Kollar. © Adagp, Paris, 2015. © RMN - Gestion droits d'auteur François Kollar.