



Cette table ronde est la première d'une série de rencontres orchestrées au fur et à mesure de la programmation d'expositions du VIA. En effet, ces expositions ne sauraient être uniquement de simples exercices de démonstration. Elles doivent exprimer une réflexion qui en préfigure la thématique. Ces réunions répondent à une demande de dialogue de la part des designers et des professionnels en général, concernés par le design. À ce titre VIA se propose de créer un espace d'expression. Chaque séance fera l'objet d'un compte rendu publié.

LA CRITIQUE : PRATIQUES ET ENJEUX

lundi 24 novembre 2003

Intervenants :

Christine COLIN - Directrice de la collection " Design & "

Catherine GEEL - Journaliste / productrice à France Culture

Raymond GUIDOT - Historien du design

Chantal HAMAIDE - Directrice du magazine " Intramuros "

Jean-Paul ROBERT - Directeur de l'ENSCI / Les ateliers, critique d'architecture

Modérateur :

Michel BOUISSON - Chargé des Aides à la Création et des Ecoles de Design au VIA

Michel BOUISSON précise que l'idée de cette table ronde est née d'une somme de questions que beaucoup se posent quant à la pratique et à l'inscription de ce métier dans notre réalité contemporaine, de cette nécessité que nous éprouvons tous d'alimenter notre réflexion pour mieux orienter nos actions. Quelles sont les conditions de l'apparition et de la production de la matière critique dans le champ du design ? Afin de ne pas rester au niveau des généralités, le sujet sera abordé à travers le témoignage de praticiens de la critique et à partir des lieux où celle-ci est produite : presse, édition, exposition, institution, école. Ils nous décriront les situations dans lesquelles il est possible de produire de la critique, les systèmes économiques dans laquelle elle se déploie. Quelles sont les stratégies mises en œuvre ? Les contraintes ? Quels sont les enjeux économiques, culturels ou politiques ? En clair : à qui profite la critique ? Nous proposons un tour d'horizon en même temps qu'un état des lieux.

Mais d'abord, une définition : étymologiquement, le mot critique vient du mot grec Kritikos qui désigne celui qui juge. Dans la langue française, ce mot recouvre un champ assez vaste qui va de l'analyse jusqu'au jugement d'appréciation, voire au dénigrement. C'est de la critique en tant qu'analyse dont il s'agira aujourd'hui. L'art du discernement comme l'a qualifié Chantal HAMAIDE lors des réunions préparatoires. Pour éviter de s'égarer, la réflexion sera circonscrite au texte critique, à la critique comme genre littéraire. Tout texte n'est pas une critique, mais toute critique est un texte.

A- SITUATIONS ET PRATIQUES : visite des divers lieux de production de la critique.

LA PRESSE ECRITE ET PARLEE

Chantal HAMAIDE rappelle qu'Intramuros, magazine consacré au design, a dix-huit ans. En 1985, l'année de création du magazine, l'enjeu immédiat était tout simplement d'exister sur un marché en devenir. Ce marché permettait-il le développement d'une critique ? La question ne se posait pas en ces termes. Il fallait s'assurer au préalable de la viabilité économique du projet. La critique en tant que dénigrement ? Là n'est pas le propos d'une revue comme Intramuros. Bimestrielle, elle n'est pas tributaire des phénomènes de mode et n'est pas dépendante de l'actualité même si elle s'en nourrit forcément. Le magazine défend une certaine idée de la création industrielle et de ses pratiques. C'est à ce titre qu'Intramuros entend développer un point de vue critique à travers ses choix. Du fait qu'il s'adresse essentiellement à un public de professionnels et à un public averti, le magazine traite de sujets en amont et valorise des personnes et des projets, bien souvent à découvrir. Il joue un rôle d'éclairer et si critique il y a, elle ne met pas l'accent sur la critique négative, mais au contraire le magazine a la volonté de discerner, de prendre du recul, de découvrir de nouveaux talents et de faire partager aux lecteurs, acteurs du marché du design, ses parti-pris.

Cette volonté de prendre du recul est louable. Dans la presse parlée, France Culture constitue un espace dans lequel se déploie naturellement la réflexion. Or le design n'est pas naturellement, au rapport des autres disciplines traitées sur France Culture (philosophie, théâtre, cinéma, histoire, arts plastiques etc.), un lieu légitime, un territoire qui propose de la critique. Il est encore vu par les autres sphères culturelles comme un nécessaire phénomène d'air du temps lié à une actualité. Or, comme le démontre Catherine GEEL, la critique ne peut se déployer dans une émission d'actualité. L'actualité s'inscrit dans le moment. Les temps de parole sont courts. L'autre forme privilégiée de la parole est l'interview. Et l'interview, c'est à travers le dialogue, la présentation d'un designer, de son travail, de son parcours et relève alors de la promotion, de la légitimation. La journaliste se présente par ailleurs comme lectrice de textes et non comme auteur critique.

L'EDITION

A ce propos, Christine COLIN rappelle que les années 80 ont vu l'entrée du design dans la presse généraliste.

Néanmoins, force est de constater que l'édition est aujourd'hui prise dans le tourbillon de l'actualité. En témoigne la parution de nombreux ouvrages sur le design. À ce sujet, Jean-Paul ROBERT estime que le livre est un produit comme un autre. Recouvert d'un fort vernis de culture, le livre n'en est pas moins une marchandise.

Il est difficile de résister à la tentation d'éditer des livres. Comme le fait remarquer Chantal HAMAIDE, les éditions récentes sur le design jouent la facilité. À titre d'exemple, les livres publiés par Taschen sont alimentés d'images offertes par les entreprises, images agrémentées de trois lignes de légendes, ou d'autres dédiés à des designers qui écrivent sur eux-mêmes. Un bon livre sur le design se doit de fournir les outils de la compréhension, d'être documenté et de donner un point de vue.

Le discours de Raymond GUIDOT est empreint de cette passion. Son but est de raconter une histoire, d'immerger les objets dans un contexte économique et social. Comment parler de la création des agences de design américaines sans parler de la crise de 1929 ? Certains objets marquent une étape. Le design parle de son temps. Pourrait-on parler alors d'un darwinisme du design ? L'histoire du design s'emploie à décortiquer, à découvrir les filiations. L'histoire s'inscrit-elle dans le champ de la critique ? Disons qu'elle y contribue. Pour en témoigner, l'historien a besoin d'un peu de recul. On ne lui demande pas d'interpréter l'immédiat comme on l'exige du journaliste.

Chantal HAMAIDE ne peut que souscrire à ces propos. Etudier le design ce n'est pas tant parler d'actualité, mais de ce qui a précédé et comment le projet se place dans un contexte et de l'ensemble des éléments qui font le projet et qui contribuent à sa pérennité.

L'EXPOSITION

Comme le fait observer Christine COLIN, l'écriture et l'exposition relèvent de la même démarche intellectuelle.

Pour Raymond GUIDOT, l'exposition est à même de traduire les influences des grands mouvements (Pop art, mouvements Hippy ou Punk) sur le design. Il pense aussi qu'une certaine quantité d' " objets " présentés, offrant un choix au visiteur est préférable à l'objet isolé qui, obligatoirement, traduit un jugement élitiste, celui du commissaire.

L'exposition est le lieu de rencontre idéal du visible et du discours dans le sens où elle permet de

réunir l'objet et son commentaire. Catherine GEEL estime pour sa part que l'exposition (corpus d'objets ou de méthodes, scénographie, textes d'introduction et de catalogue) est le territoire le plus envisageable aujourd'hui pour le déploiement de la critique. L'exposition devrait être un espace critique

Jean-Paul ROBERT regrette néanmoins que la plupart des expositions consistent à exposer des objets. Rares sont celles qui s'emploient à exposer les processus, à développer un discours autour de la création industrielle. L'exposition réduit trop souvent la création industrielle à l'industrie manufacturière. Elle ne constitue que trop rarement, le lieu de compréhension de la création et des enjeux actuels.

Sur la question des processus, Christine COLIN fait remarquer que le design intervient à l'intersection du dessein et du dessin.

L'ECOLE

Le design serait donc une question de regard. L'école est-elle à même de former le regard ? Comme le fait remarquer si justement une personne dans l'assistance l'Université n'a pas pour rôle de former les critiques. En revanche, elle se doit de réunir les outils conceptuels qui permettront aux étudiants de manipuler l'ensemble des connaissances (techniques, communication, marketing et autres) de développer une démarche critique.

En effet, l'Université n'a pas pour vocation de " fabriquer " des critiques. Jean-Paul ROBERT ajoute que la viabilité d'un diplôme de critique serait des plus réduites. Une école doit offrir la situation de production d'un discours de nature critique. Son devoir est de mettre en situation.

Raymond GUIDOT en convient. L'Université éveille le regard critique. À ce titre, le mémoire de fin d'études est un outil indispensable au développement intellectuel des étudiants et devrait, de ce fait, être imposé dans l'ensemble des écoles. Il faut aussi qu'enseignants et administrateurs, mieux que des censeurs, soient vis-à-vis des étudiants de véritables collaborateurs.

B-LES ENJEUX

LES DIFFERENTS NIVEAUX DE DISCOURS

Les propos tenus et l'examen des lieux de production de la critique, semblent démontrer l'existence d'une multitude de types de discours, lesquels sont tous légitimes. Jean-Paul ROBERT estime que la nature du discours critique dépend de la distance entre son élaboration et l'objet étudié. De cette distance dépend le niveau de recul critique et l'ouverture de champs d'investigation plus ou moins larges. Les différents niveaux de discours dépendent de leur situation de production. Ils doivent encore se placer par rapport à leurs enjeux, notamment celui qui consiste à fabriquer de la valeur. Chacun de ces discours a une plus ou moins longue durée.

On peut ainsi distinguer un premier niveau de discours : le discours immédiat. Il s'agit du discours de l'auteur ou du producteur, dont la proximité avec l'objet interdit tout regard critique. Il résulte d'un intérêt économique immédiat et sa durée de vie est très courte. Un exemple en est le communiqué de presse, souvent repris tel quel par un média.

Le discours intermédiaire résulte d'un effort de discernement, et opère des choix. Servant à la désignation de la valeur, il est porté par les magazines spécialisés et par les lieux d'exposition. Il est également véhiculé par les revues et les catalogues d'exposition, qui s'autorisent une plus grande distance tout en restant parcourus par les mêmes enjeux.

Le discours long. C'est le lieu même de la critique. Ce type de discours échappe à la question de la détermination de la valeur (tout du moins dans l'immédiat). Les lieux de production qui l'autorisent sont peu nombreux. Il ne peut se développer que dans des espaces indépendants. Rares sont les maisons d'édition qui prennent le risque de commander un travail à un auteur. L'Ecole et l'Université, en revanche, ne sont pas assujetties aux contingences auxquelles sont liées les deux premiers types de discours.

Ces discours ne se distinguent pas toujours aussi abruptement et se croisent.

Une personne de l'auditoire signale que la critique est située à l'intersection de ces trois types de discours. Ils ne sont pas indépendants, ils s'entrecroisent et s'alimentent l'un l'autre.

Un participant fait remarquer que la critique existe dans la rencontre des individus. Le choix est une dimension critique en soi.

À QUI PROFITE LA CRITIQUE ?

Qui demande de la critique aujourd'hui ? Catherine GEEL rappelle que cette demande est souvent

formulée par les designers eux-mêmes, ces derniers exprimant le souhait d'être, en quelque sorte, légitimés au travers d'un discours critique, ou, disons intelligent. Les autres demandeurs de critique sont les auteurs, le plus souvent les journalistes eux-mêmes, pour les mêmes raisons. À ce sujet Phaïdon a récemment entrepris une démarche, laquelle consiste à proposer aux designers de concevoir eux-mêmes le livre qui sera dédié à leur travail. Il est intéressant de constater que certains y voient la possibilité d'interrogations sur la discipline (leur travail leur sert alors d'exemple) et que d'autres en font un produit c'est-à-dire un support de communication sans le risque d'une réflexion. Christine COLIN s'interroge sur les conditions économiques offertes à la production de textes sur le design.

LE DESIGN : UNE DISCIPLINE CRITIQUE

Chantal HAMAIDE fait observer que dans les domaines artistiques (littérature, musique et cinéma) la critique est une discipline à part entière. En effet, cette " critique " existe dans le champ des disciplines de fiction ou de création pure. Le design intègre dans son processus un travail d'équipe et une dimension critique. Le designer assume au sein de l'entreprise un rôle de questionnement pour créer un produit innovant et viable sur un marché. Le designer n'est pas un " artiste ", il intervient dans un cadre de production. C'est peut-être une des explications.

LE DESIGN : UNE DISCIPLINE JEUNE

Un membre de l'auditoire estime pour sa part que la discipline est trop jeune. Elle n'a pas acquis ses lettres de noblesse. Nous devons lui permettre de grandir. C'est seulement quand elle aura atteint un certain degré de maturité que de nouvelles formes d'expression pourront émerger.

C'est à ce moment que les conditions seront réunies pour fonder un outil critique au même titre que les Cahiers du Cinéma, magazine, qui rappelons-nous, a été créé par des critiques.

Une participante estime qu'il serait déraisonnable d'imaginer que la critique est faible en France parce que leurs auteurs sont mal payés. Si la critique est faible ne serait-ce pas parce que, contrairement à l'Italie, il n'existe pas de culture du design en France ? Il s'agit là d'un autre débat.