



HAL
open science

L'usage de l'appropriation au design

Françoise Paquienséguy

► **To cite this version:**

Françoise Paquienséguy. L'usage de l'appropriation au design. *Ocula: occhio semiotico sui media*, 2019, 20, pp.94-106. 10.12977/ocula2019-9 . hal-02148437

HAL Id: hal-02148437

<https://hal.science/hal-02148437>

Submitted on 9 Mar 2021

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.

L'usage, de l'appropriation au design

Françoise Paquienséguy

Sciences Po Lyon, Elico EA 4147

Francoise.paquienseguy@sciencespo-lyon.fr

https://www.researchgate.net/profile/Paquienseguy_Francoise

Résumé

Ce texte travaille une question centrale à la réflexion de l'usage et de l'utilisateur dans le Design pris comme un processus à la fois conceptuel et créatif : que fait le Design de la notion d'utilisateur ? Autrement dit, comment s'en sert-il ? Comment l'intègre-t-il au cœur de ses pratiques professionnelles et scientifiques ? Cette réflexion croise naturellement deux approches disciplinaires, celle du Design, opérationnelle, et celle des sciences de l'information et de la communication qui ont œuvré à la définition de l'usage en lien avec un objet technique ; l'idée sera donc de montrer le glissement de l'appropriation et des usages de la seconde à la première.

Mots-Clés

Usages, Appropriation, Conception centrée sur l'utilisateur, Usages sociaux, Sciences de l'information et de la communication

Abstract

Uses, from appropriation to design – This text works around a central question on thinking uses and user in Design, conceived as an abstract and at the same time a creative process : what does the Design make of the user's notion? In other words, how does it use it? How does it integrate it into the heart of its professional and scientific practices? This analysis naturally crosses two disciplinary approaches, that, operational, of the Design, and that of the information and communication Sciences which worked to define the use in connection with a technical object ; the idea will thus be to show the sliding of the appropriation and the uses from the later to the former.

Key Words

Uses, Appropriation, User Centered Design, Social uses, Information and Communication Sciences

Sommaire/Content

1. Introduction/Introduction
2. L'Appropriation/Appropriation
3. Les Usages sociaux/Social Uses
4. Quand la conception s'approprié l'utilisateur/When Design appropriates use
5. Conclusion

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47

1. Introduction

Les notions d'usage et d'appropriation ont été initialement définies par des auteurs structurants mais contradicteurs de trois courants historiques complémentaires et convergents (cf. Paquienséguy 2017) : la sociologie des usages (cf. Jouët 1987, 1989, Proulx 2002, Boullier 1995) la socio-politique des usages (cf. Vitalis 1995, Vedel 1995) et la sociologie de l'innovation (cf. Akrich 1987, Flichy 2001), courants qu'il ne s'agit pas de détailler ici. Mais, pris dans leur ensemble, ils mettent en avant les éléments consensuels omniprésents à propos de la formation des usages et des aptitudes ou caractéristiques de l'usager à faire usage. Au cœur de ces notions, deux caractéristiques entrent en résonance avec la façon dont le Design se saisit de l'usage et l'intègre de plus en plus dans ces projets jusqu'à le placer au centre de ses préoccupations. La première est l'appropriation sur laquelle les trois courants s'accordent de façon assez consensuelle car elle fait entrer l'artefact dans les pratiques de l'individu qui se l'approprie. La deuxième vient de l'effet de masse qui peut s'en suivre et propage alors l'usage de l'artefact. Appropriation et propagation annoncent les usages dits sociaux porteurs de pratiques différentes, parfois prégnantes, et donc de nouvelles logiques sociales pour lesquelles l'expérience utilisateur devient centrale (cf. Collet 2018).

C'est à partir de ces deux notions, appropriation et usages sociaux, que nous verrons plus précisément comment le Design contemporain pense l'usage(r) et quelle place il lui donne.

Cependant, notons tout de suite que dans les travaux scientifiques de ces quelques auteurs de référence qui ont véritablement marqué et balisé le concept d'usage dans les années 1980-1990, celui-ci s'accroche tout de suite à la technique (cf. Paquienséguy 2017), la littérature grise met d'ailleurs en avant l'expression : Usages des Technologies de l'information et de la communication (Tic). Faire usage des Tic se comprend donc comme un processus différent de celui de consommer des médias ou d'avoir des pratiques culturelles. Les Tic relèvent d'une autre logique¹, assez floue il faut en convenir et de plus en plus diffuse jusqu'à comprendre à ce jour les objets connectés ou leurs interfaces... Mais quoi qu'il en soit, de façon conventionnelle, il s'agit de considérer les objets de la vie quotidienne, familiers, qui participent à la production de nos actions sociales, et nous instituent agent social, acteur, ou pratiquant selon la terminologie des auteurs. Malgré ces évolutions, les positions théoriques convergent ou du moins se complètent, et les auteurs de référence concordent à affirmer que faire usage des Tic consiste avant tout à mettre en œuvre un processus d'appropriation qui pourrait se définir ainsi : « l'appropriation est un procès, elle est l'acte de se constituer un soi » (Jouët 2000 : 502), elle marque le fait que « la technique quitte le monde de la mar-

1 A la fois économique, structurelle et consumériste, (cf. Huet 1978).

1 chandise, l'individu ou le foyer le fait sien » (Flichy 2008 : 155).

2 Ainsi de l'appropriation naissent les usages.

3 4 **2. L'Appropriation**

5
6 Étymologiquement, s'approprier revient à faire sien comme le dit Jouët
7 (1989 : 15) et pour opérer, l'appropriation s'appuie sur une maîtrise de l'arte-
8 fact qui donne confiance et aisance, jusqu'à le faire oublier dans sa matérialité
9 comme dans ses procédures. Ces habilités, compétences et savoir-faire s'ex-
10 ploient et prennent corps dans une pratique quotidienne ou pour le moins
11 régulière, que nous dirions intégratrice, de la donne si ce n'est technique pour
12 le moins matérielle de l'artefact manipulé. On s'en sert pour sa fonction en
13 oubliant son maniement.

14 C'est l'action qui donne une place, sa place, à l'usage, dans un contexte in-
15 dividuel situé et sans cesse réinventé, rééquilibré en fonction des interactions
16 sociales qui se jouent (Jouët 1989 : 26). L'appropriation correspond donc à
17 un travail de l'utilisateur qui l'assure en faisant usage de l'artefact dans un double
18 mouvement d'utilisation et de personnalisation (cf. Akrich 1987) correspon-
19 dant bien au leitmotiv premier de l'appropriation : l'adopter c'est l'adapter.

20 L'usage s'analyse alors comme le processus de concrétisation d'une mé-
21 diation singulière de l'utilisateur avec la technologie², ses ressources et ses codes.
22 Cette médiation (cf. Boullier 1995, Bardini 1996) se caractérise par le terme
23 d'appropriation qui s'applique à une technologie particulière dans un disposit-
24 if social porteur d'enjeux, d'objectifs, de tensions, etc.

25 Pour analyser l'appropriation des objets numériques, Serge Proulx la mo-
26 délise à partir de trois conditions nécessaires :

27
28 l'appropriation effective d'une technologie par un agent humain suppose, [...] la réu-
29 nion nécessaire et suffisante de trois conditions : a) une maîtrise cognitive et technique
30 minimale de l'objet ou du dispositif technique ; b) une intégration sociale significa-
31 tive de l'usage de cette technologie dans la vie quotidienne de l'agent humain ; c) la
32 possibilité qu'un geste de création soit rendu possible par la technologie, c'est-à-dire
33 que l'usage de l'objet technique fasse émerger de la nouveauté dans la vie de l'usa-
34 ger. (Proulx 2002 : 181).

35
36 Le lien avec l'objet sociotechnique est évident, premier et indéfectible ; on
37 fait toujours usage de, de quelque chose, même si l'objet est devenu immaté-
38 riel ou serviciel, une application sur smartphone par exemple qui relève du
39 design de services. Cet objet a été conçu et proposé selon les stratégies d'un
40 industriel ou d'un entrepreneur qui en a défini la fonction centrale : autrem-
41 ent dit à quoi va-t-il ou doit-il servir ? Lors de sa conférence à l'exposition
42 universelle de 1958 intitulée *Formation du Designer*, Thomas Maldonado
43 prenait déjà la fonction centrale en compte en définissant le Design comme
44 « une activité créative qui consiste à déterminer les propriétés formelles des objets

45
46
47 ² Historiquement, la première référence que nous pourrions ici convoquer serait
bien entendu les travaux de Pierre Bourdieu sur l'usage de la photographie en 1969.

1 que l'on veut produire industriellement » (Maldonado 1958 : 166). Pour certains
2 objets la fonction centrale relève de l'évidence, comme par exemple avec des
3 objets chers aux premiers designers, les lampes ou les chaises : une fois leurs
4 valeurs artistiques ou esthétiques dépassées, les premières ont pour fonction
5 centrale d'éclairer et les deuxièmes d'offrir une assise, cette question est loin
6 d'être anecdotique pour le designer et on parle d'ailleurs de l'art de l'assise³.
7 Mais qu'en est-il de nos appareils modernes polyvalents, à l'offre bien plus
8 complexe ? Quelle est la fonction centrale d'un smartphone ? d'un ordinateur
9 portable ? Elle semble être variable et définie, à l'usage, par l'utilisateur (cf. Pa-
10 quien-séguy 2012).

11 Effectivement très difficile à cerner, Jouët et Akrich tentent de s'en déta-
12 cher et préfèrent définir plusieurs modalités qui personnalisent l'appropriation,
13 à la fois de façon diachronique puisqu'elle est spécifique à chaque indivi-
14 du, mais également de façon synchronique puisqu'elle peut évoluer au fur et
15 à mesure des pratiques et des contextes de ce même individu. Autrement dit,
16 l'usage est instable et les voies de l'appropriation diverses. En effet, chaque
17 modalité offre une occasion différente et supplémentaire de s'approprier l'ar-
18 tefact et d'en faire usage. L'idée centrale de l'appropriation serait alors que
19 plus un objet sociotechnique (bien ou service) sera souple et adaptable par
20 l'utilisateur (cf. Paquien-séguy 2006), plus l'appropriation en sera facilitée, les dé-
21 marches *userfriendly* à venir le confirmeront.

22 Akrich (1993 : 87-98) distingue ainsi quatre formes d'intervention directe
23 des utilisateurs sur les objets techniques lors de la phase d'appropriation :
24 1/ Le déplacement. L'utilisateur modifie le spectre des usages prévus sans
25 introduire des modifications majeures dans le dispositif (le téléphone sert
26 d'album photo ou de pense-bête) ; 2/ L'adaptation. L'utilisateur introduit
27 des modifications dans le dispositif pour l'ajuster à son usage ou à son en-
28 vironnement mais sans changer la fonction première de l'objet (occulter la
29 caméra, connecter un casque-avion) ; 3/ L'extension. L'utilisateur ajoute des
30 éléments au dispositif pour enrichir la liste de ces fonctions (une imprimante,
31 une enceinte, un logiciel de paiement) ; 4/Le détournement. L'utilisateur se
32 sert de l'objet technique pour une fonction qui initialement n'était pas pré-
33 vue (téléphoner sur Internet via Skype/Messenger/etc.) Les extensions et dé-
34 tournements les plus significatifs, comme les sms par exemple, sont ensuite
35 récupérés par les industriels et proposés comme services qui en inscrivent
36 l'usage dans la durée.

37 Jouët (1989 : 13-34) en note trois pour sa part. Les formes qu'elle retient
38 s'éloignent de l'action de l'utilisateur manipulant la technique pour prendre sur-
39 tout en compte la production sociale de cette interaction dans la vie quoti-
40 dienne.

41 1. La consommation. Elle remarque d'abord une réelle appropriation de
42 ces objets et tout particulièrement de « l'écran apprivoisé » ; ce qui la conduit à
43 formuler l'hypothèse que « l'avenir des nouvelles techniques repose sur la réponse
44 du corps social et sur la constitution d'usages autour de nouveaux produits et services

46
47 ³ <http://writings2.over-blog.com/2014/10/l-art-de-l-assise-selon-ron-arad.html>
consulté le 27 mars 2019

1 offerts » (Jouët 1989 : 14). Cependant elle remarque que l'appropriation se fait
2 dans deux paradigmes que tout semble alors opposer, « le modèle rationnel et le
3 modèle ludique » (p.17) ;

4 2. L'autonomie sociale. Elle émancipe l'utilisateur de la technique pour en aug-
5 menter les capacités qu'il s'approprie à partir de celles de la technologie. Ainsi,
6 si pour

7
8 l'approche des pratiques de consommation, c'est la technique qui définit les usages,
9 [...] l'analyse de l'autonomie renverse la proposition, c'est l'utilisateur qui devient l'élé-
10 ment nodal et qui façonne en quelque sorte la technique. La qualité d'autonomie qui
11 est incorporée dans l'architecture même de ces appareils (micro-ordinateur et minitel)
12 glisse de la technique à l'utilisateur ». (*Idem* : 18) « Les usagers s'attribuent les attributs de
13 performance et d'indépendance de la machine pour satisfaire leurs propres aspirations
14 de complétude. (*Ibid.* : 19)

15
16 Ici aussi deux paradigmes d'appropriation se complètent à partir de « deux
17 approches de la rationalité de la technique : la conformité et la transgression » (*Ibid.* :
18 21). La question de l'usage prescrit et/ou du détournement est latente, bien
19 sûr.

20 3. L'interaction sociotechnique. Elle institue l'utilisateur comme acteur agis-
21 sant car pour Jouët « l'usage des nouvelles techniques est corrélatif de l'émer-
22 gence d'un « sujet opératif ⁴ » (*Ibid.* : 23). Faisant usage, l'utilisateur s'approprie
23 les capacités de la technique sur la base d'une consommation que nous dirions
24 aujourd'hui peut-être effrénée ou addictive qui pèse sur son comportement
25 social. « Les nouvelles techniques se situent au point d'articulation entre l'in-
26 novation technique et l'innovation sociale (...) la technique et le social s'inter-
27 pénètrent pour donner forme à la production sociale » (*Ibid.* : 26).

28 Pour avoir une vision complète de l'appropriation des objets numériques
29 familiers aujourd'hui, il faut la considérer comme

30
31 une opportunité de repenser les rapports entre conception et usage. Cette posture se
32 refuse à réduire l'outil à son substrat technique, formel, mais postule que l'outil est une
33 entité mixte associant d'un côté des artefacts, matériels ou symboliques (des concepts,
34 des schémas, des interfaces d'outils informatiques ...), de l'autre des registres d'action,
35 d'usage qui vont leur donner sens. (Grimand 2012 : 148)

36
37 En effet, quand l'appropriation est effective, elle génère l'usage, un usage
38 qui s'inscrit dans des pratiques situées d'un individu opératif, porteur de pra-
39 tiques culturelles, informationnelles, sportives, alimentaires, touristiques,
40 etc. Mais, ces pratiques, comme les usages qui la portent, s'individualisent
41 (cf. Flichy 2004). Pour faire usage, le trait individuel doit se renforcer, par la
42 masse, par l'adhésion sociale.

43 Il faut passer de l'usage aux usages sociaux.

44
45
46
47 4 Tel que défini pp.117-118 par Quéré 1982. Enlevez les pages si elles vous
paraissent superflues, mais je préférerais les conserver. Merci

3. Les Usages sociaux

Rappelons pour commencer la définition canonique des « usages sociaux » de Lacroix, Mœglin et Tremblay, en 1992. Ils les considèrent comme « des modes d'utilisation se manifestant avec suffisamment de récurrence, sous la forme d'habitudes relativement intégrées dans la quotidienneté, pour être capables de résister en tant que pratiques spécifiques [...] » (Lacroix, Mœglin, Tremblay 1992 : 241), qui deviendront des logiques sociales, traits de société⁵. Nous sommes là très proches de l'idée que s'en fait le Droit, car pour cette discipline qui acte les changements de la société, l'usage est à ce point social qu'il repose sur les individus, qui en sont les « créateurs », les fondateurs, comme le précise le droit du travail : « Un usage, une fois constaté, s'impose à l'employeur et ne peut être dénoncé par lui qu'après un préavis, voire la négociation d'une compensation au titre des avantages acquis. »⁶. Les travailleurs, ou salariés, sont donc ici les usagers que De Certeau appelle aussi les « pratiquants » au sens d'acteurs porteurs de pratiques sociales, que Proulx pense « inventives » (1988 : 45). Le droit privé vient d'ailleurs confirmer tout cela de façon plus large puisqu'il considère que « les « usages » sont des règles non écrites suivies par les habitants de certaines régions ou par des personnes exerçant des professions déterminées qu'ils considèrent obligatoires pour régler leurs rapports. Les expressions, « us et coutumes », et, « usages coutumiers » ont le même sens. »⁷

Ces acceptions montrent qu'un double lien se tisse ici finalement. Dans la chaîne⁸, l'usage naît d'un contexte socio-professionnel spécifique, une corporation, une communauté, un univers culturel ; ce que les études d'usages ont toujours avancé (cf. Bouzidi, Boulesnane & Benaïssa 2017). Dans la trame, l'usage se révèle dans le processus qui permet, lorsqu'il aboutit, de transformer une façon différente de faire en règle ou code social, alors entériné soit par la loi soit par les pratiques devenues massives. Perpétuellement renouvelé ou inventé, comme le pensait De Certeau, l'usage est donc volatile et preuve d'invention, ou d'innovation sociale. Finalement, l'usage est flou, indéterminé jusqu'à ce qu'un effet de masse ou de seuil l'institutionnalise, jusque dans les textes juridiques. Plusieurs éléments en témoignent comme par exemple, les normes d'accessibilités définies en 2005, la Loi Numérique de 2014, ou encore le plan « *Etat Plateforme* » annoncé par le gouvernement Philippe en 2018. Ces actions d'ampleur soulignent d'ailleurs très bien cette ambiguïté selon que l'usage désigne un comportement, un mode d'utilisation ou une règle sociale, une norme qui pèseront fortement sur le design de service mais surtout sur le design d'interface. Désignant un comportement, « l'usage est le composant

5 Comme par exemple la baisse de la consommation de la télévision au profit de celle des vidéos sur smartphones.

6 <https://www.editions-tissot.fr/droit-travail/dictionnaire-droit-travail.aspx>
Consulté le 1er avril 2019

7 <https://www.dictionnaire-juridique.com/serge-braudo.php>
Consulté le 27 mars 2019

8 L'analogie avec le tissage l'illustre parfaitement puisque les fils de chaîne, génériques, supportent les fils de trame, seuls visibles au final et formant motif.

1 d'une règle contraignante » et correspond précisément à un « comportement
2 sous-jacent » (Mousseron 2011 : 1). L'usage naît et se propage comme une
3 alternative à l'intérieur d'un cadre de référence, ou d'un cadre sociotechnique
4 (Flichy 1995 : 256) qui en constitue le contexte, le contexte d'usages. Dési-
5 gnant une norme, « l'usage n'est plus un composant, mais le résultat normatif
6 de ce processus de création. Cette norme devrait plus justement porter le nom
7 de « coutume » (Mousseron 2011 : 6). Autrement dit, l'usage précédemment
8 divergent, alternatif ou innovant, lorsqu'il est pris comme comportement
9 massif, récurrent, partagé, devient norme sociale, plus ou moins reconnue et
10 partagée certes, mais socialement légitime, à l'intérieur d'un groupe social de
11 référence pour commencer, les objets qui le portent n'en sont que plus codifiés
12 et semblables.

13 Les auteurs de référence sur la question des usages sociaux (Mœglin, La-
14 croix, Tremblay, Perriault, Jauréguiberry, Santerre etc.) s'accordent tous à
15 penser 1/ que les logiques industrielles priment sur les usages des individus,
16 2/ que c'est lorsque le seuil critique est atteint que de nouvelles logiques so-
17 ciales surgissent, porteuses de pratiques différentes, elles-mêmes supportées
18 par les usages sociaux. « A la fois technique car l'outil utilisé structure la pra-
19 tique, [...] la médiation est aussi sociale car les mobiles, les formes d'usage et
20 le sens accordé à la pratique se ressource dans le corps social » (Jouët 1993 :
21 101). Cette double médiation fonctionne alors à plein régime.

22

23 4. Quand la conception s'approprie l'utilisateur

24

25 Cependant, d'autres logiques surgissent autour de ce qui est actuellement
26 nommé l'innovation ascendante, en lien direct avec les idéologies des indus-
27 tries créatives structurées par les paradigmes de la convergence, de la colla-
28 boration et de la créativité (cf. Bouquillion 2012) qu'elles incarnent et magni-
29 fient. L'innovation ascendante semble alors plus particulièrement nichier dans
30 deux registres du Design. Premièrement, celui de l'inventivité des individus,
31 registre porté par les courants liés à la créativité individuelle, l'expérience uti-
32 lisateur, les DIY (*Do it yourself*), les *makers* ou encore les utilisateurs des
33 fablabs par exemple. Ces acteurs et tiers lieux gagnent en force et compétence
34 grâce à un contexte favorable à l'innovation, soutenue par l'action et les dis-
35 cours publics, et aux initiatives collaboratives. Ils évoquent en fait le *design*
36 *thinking* du *Hasso Plattner Institute of Design* de Stanford, aussi nommé de-
37 sign collaboratif, dont l'étape initiale consiste à entrer en empathie avec les
38 futurs utilisateurs. Deuxièmement, dans le même temps, les industriels dé-
39 couvrent d'autres voies de conception et de définition de services sur la base
40 d'une conception qui rencontrerait tous les publics et proposerait des voies
41 diversifiées d'appropriation, en commençant le processus de conception par
42 et avec l'utilisateur. Ce courant, dominant à ce jour, se nomme *Design For All* ou
43 *Design Inclusive* et mérite d'être étudié de plus près.

44 En effet, cette approche cherche à intégrer à la conception, ou dès la concep-
45 tion, plusieurs publics, types d'action et *in fine* plusieurs usages au projet de
46 Design. L'objet alors proposé est ouvert puisqu'il n'a pas de fonction centrale
47 prédéfinie, mais des potentialités à exploiter, des possibles à s'approprier. De

1 fait, il n'a pas rencontré son contexte d'usage, ici laissé volontairement indéfini
 2 ni pour ne pas brider l'usage ni contraindre l'utilisateur. L'objet se veut polyvalent
 3 et multifonctionnel, universel ! Son empan d'usages doit alors être suffisamment
 4 large pour convoquer à la fois plusieurs catégories d'utilisateurs et d'usages
 5 et promettre une belle valeur d'usage (la galerie de photo sur un smartphone
 6 ou un clavier par exemple). Remarquons au passage à quel point cette perspective
 7 se trouve en phase avec l'économie de la fonctionnalité⁹ qui propose
 8 de louer uniquement le service et de débarrasser l'utilisateur de tout rapport direct
 9 avec la technique et quasiment avec l'objet dont il n'a qu'une jouissance
 10 consumériste, évidente lorsqu'il s'agit de biens de consommation (AirBnB,
 11 Blablacar, etc.) mais toujours présente, même lorsqu'il s'agit de biens culturels
 12 (Deezer, Spotify, Netflix, FranceTV Replay, etc.).

13 Cette approche pose de vraies questions, profondes, au regard de tout
 14 l'appareil théorique qui s'est construit depuis 1980 car elle bouscule les positions
 15 disciplinaires. Tout d'abord comment l'usage peut-il devenir social si
 16 d'une part il s'individualise et de l'autre il passe d'un objet technique à un autre,
 17 comme c'est le cas pour écouter de la musique ou pour envoyer un courriel ?
 18 Aujourd'hui, l'usage est devenu fidèle à un service, à son promoteur, plus qu'à
 19 un objet sociotechnique, ce qui se remarque tout particulièrement avec les
 20 terminaux d'Apple facilitant l'utilisation des applications répliquées sur chacun
 21 des appareils possédés pour accompagner l'usage indépendamment du support.
 22 Dès lors, le fil conducteur n'est plus l'objet technique mais la pratique, qui perdure
 23 et évolue comme le simple envoi de mail pourrait en témoigner. Finalement, ce
 24 serait donc le déploiement des outils techniques associés à l'envolée des taux
 25 d'équipements qui apporterait le seuil critique et l'effet de masse recherché
 26 (ce que Jouët nomme la consommation). Les usages immédiats et déjà en place
 27 sur la base d'outils ouverts, comme les interfaces dites *userfriendly* ou intuitives,
 28 et de culture numérique, généraliseraient les pratiques qui, massives et généralisées,
 29 le rendraient social. En effet, les pratiques actuelles des individus à propos
 30 de la communication, de la consommation et de la culture, matérialisent l'autonomie
 31 sociale avancée par Jouët, dans le droit fil de l'hypermodernité (accélération,
 32 vitesse, mobilité, ubiquité, etc.).

33 S'ouvre alors tout un champ nouveau de conception pour le Design car ce
 34 chamboulement englutit l'appropriation et l'usage au profit de l'utilisation
 35 et des pratiques, ce qui nous conduit à formuler une hypothèse autant audacieuse
 36 que provocatrice qui marque l'évolution si ce n'est de la réflexion, du moins
 37 du concept lui-même : l'usage est-il désormais intégré aux procédures et
 38 méthodologies du Design ? A tel point qu'en cas de succès du processus de
 39 conception, il disparaîtrait dans l'utilisation et la pratique massives des objets
 40 numériques, de leurs services ou de leurs applications.

41 A y mieux regarder, le *User-Centered Design* propose effectivement d'intégrer
 42 la phase d'appropriation puisqu'il se définit comme "a framework of processes
 43 (not restricted to interfaces or technologies) in which usability goals, user
 44 characteristics, environment tasks and workflow of a product service or process
 45 are given extensive attention at each stage of the Design process"
 46

9 Cf. Stahel 2006

1 (Lawton 1984) De même pour le *design thinking* dont le processus démarre
2 par une phase d'empathie avec l'utilisateur. Autrement dit, il s'agit de prendre
3 en compte dans la conception de l'objet une connaissance exacte, fine et anti-
4 cipée des pratiques de l'utilisateur. S'y retrouvant, ou s'y reconnaissant, fonction
5 portée par la notion de *userfriendly*, l'utilisateur n'aurait alors plus qu'à utili-
6 ser un artefact, ou un service, dont l'appropriation ne serait plus nécessaire
7 puisqu'il correspondrait *de facto* aux horizons d'attentes et aux habiletés du
8 futur utilisateur, ou des futurs utilisateurs, pour lequel il aurait été pensé (les
9 interfaces d'écran tactile par exemple). De plus, la conception centrée utilisate-
10 leur ou conduite par celui-ci concerne tout particulièrement l'ergonomie in-
11 formatique et de là, les technologies qui s'y rapportent : Tic, objets connectés
12 et Internet des objets au premier chef. Elle a été véritablement instituée en
13 2015, avec l'établissement de la norme ISO 9241-210 qui définit cinq critères
14 validant cette démarche de conception dans une sphère réglementaire et pu-
15 blique.

16
17 1. La prise en compte en amont des utilisateurs, de leurs tâches et de leur environ-
18 nement ; 2. La participation active des utilisateurs, garantissant la fidélité des besoins
19 et des exigences liées à leurs tâches ; 3. La répartition appropriée des fonctions entre
20 les utilisateurs et la technologie, 4. L'itération des solutions de conception, jusqu'à sa-
21 tisfaction des besoins et des exigences exprimés par les utilisateurs, 5. L'intervention
22 d'une équipe de conception multidisciplinaire, visant une expérience utilisateur opti-
23 male.

24
25 La phase d'appropriation se trouve donc à tel point anticipée par la concep-
26 tion, que celle-ci ne laisserait à l'utilisateur que l'utilisation, directement acces-
27 sible sans passer par un apprentissage ou une découverte. Les objets numé-
28 riques sont alors pensés « Prêts à user » en quelque sorte : l'objet est prêt à
29 consommer sans décryptage ou appropriation de ses caractéristiques ou fonc-
30 tionnalités. Il est connu avant même d'être actionné. Et comme nous l'avons
31 suggéré, les termes pour en témoigner dans le lexique contemporain seront
32 alors *userfriendly*, familier ou intuitif bien entendu. Et c'est bien là l'élément
33 fondamental et dérangeant de l'hypothèse, l'empathie usager/artefact qui s'en
34 dégage sur la base d'une autosatisfaction formatée par la masse et les choix
35 récurrents et progressifs qu'elle a faits. L'aide des *Big data* et de l'intelligence
36 artificielle à les formater n'est absolument pas négligeable bien entendu, aussi
37 l'utilisateur trouve-t-il l'artefact ou le service déjà à son goût et prêt à intégrer
38 dans sa vie quotidienne. L'effet de masse ne peut qu'être au rendez-vous, et
39 justement il l'est, totalement renforcé et accompagné par les dernières mé-
40 thodes en vogue (UX/UI¹⁰).

41 Finalement, deux tendances se marquent.

42 D'abord, les processus d'appropriation se sont déplacés de l'Humain qui
43 devait faire l'effort de comprendre la machine vers celle-ci qui cherche à in-
44

45 ¹⁰ UX : Experience Utilisateur ; UI : Interface Utilisateur pour leurs
46 différences et complémentarités voir ici : <https://academy.visiplus.com/blog/web-design/la-difference-entre-ux-experience-utilisateur-et-ui-design-interface-utilisateur-2017-07-28>, consulté le 1er avril 2019
47

1 tégrer et à anticiper son comportement (l'ergonomie est d'ailleurs née de ce
2 renversement) grâce à un travail conceptuel structuré en fonction de la cible et
3 à tel point que cette première phase, stratégique, a tendance à disparaître. En-
4 suite, les pratiques se démultiplient, puisque facilement répliquables grâce à un
5 maniement facilité et les usages sociaux sont dans le même temps plus mas-
6 sifs, car quasiment illimités puisque mondialisés¹¹ et plus sociaux puisqu'ils
7 valident de nouveaux modèles économiques et chaînes de création de la valeur
8 (cf. Benkler 2006). Notons comme illustratif, un élément factuel mais à haut
9 impact social, qui se trouve dans la toute récente réforme de l'enseignement
10 public français du Design en septembre 2018. En effet, si antérieurement, le
11 Design industriel avait disparu (cf. Vial 2015) au profit du Design Produit, les
12 BTS qui y formaient, jusqu'ici intitulés BTS Design Produit deviennent désor-
13 mais des DN Made¹² Objets, et offrent deux spécialités pleines de promesses :
14 innovation sociale et usages sociaux.

15

16 5. Conclusion

17

18 Alors, le Design est-il aujourd'hui capable d'interpréter et d'anticiper l'usa-
19 ger, ses besoins, ses résistances, ses habiletés ou ses lacunes pour lui proposer
20 un objet sociotechnique qui lui corresponde, à tel point qu'il ouvrirait la voie
21 à une liberté d'usages directement accessibles à l'individu, voie qui magni-
22 fierait avant tout l'artefact dans les pratiques quotidiennes ? L'art du Design
23 Industriel, qui produit des biens de consommation de masse, ne consiste-t-il
24 pas justement à faire oublier la matérialité et la technique objet pour mieux le
25 rendre indispensable et omniprésent ? L'enjeu est bien là comme le souligne
26 la World Design Organization¹³, « the Design bridges the gap between what is and
27 what is possible ». C'est pourquoi il peut être questionné dans bien des direc-
28 tions comme celles du care (usager-patient, anthropologie médicale) ; des poli-
29 tiques publiques (usager-citoyen, anthropologie politique) ; de l'être humain
30 (usager-personne, anthropologie philosophique) ou du collaboratif en design
31 (usager-co-concepteur, design social) que nous venons déjà d'aborder.

32 Totalement d'actualité ce déplacement se situe à la croisée de plusieurs
33 transformations plus faciles à observer qu'à analyser. D'abord l'hégémonie
34 des objets dans notre quotidien¹⁴, et tout particulièrement des objets connec-
35 tés (6 par personne en 2020 selon l'Idate¹⁵) qui assurent des services (mo-
36 nitoring, transfert des données, historique, prédiction, etc.) ; elle conduit à
37 une confrontation permanente avec leurs matérialités et fonctionnalités qui
38 amène (ou contraint) l'utilisateur à développer des compétences transversales
39 pour une utilisation de ces derniers la plus adaptée à son contexte et ses be-
40

40

41 11 Plusieurs services en témoignent avec les réseaux sociaux (*FB, LinkedIn, etc.*),
42 le e-commerce (*Taobao, Amazon, etc.*), les applications de transport (*Uber, Blablacar,*
43 *etc.*) ou de tourisme (*AirBnB, Hôtel, etc.*).

44

12 Diplôme national des métiers d'art et du design.

45

13 <https://wdo.org/about/definition/>, consulté le 28 mars 2019.

46

14 Cf. Kaufmann 1997.

47

15 <https://citedelobjetconnecte.com/infographie-objets-connectes/> consulté le
28 mars 2019.

1 soins ou désirs et conforte l'importance d'un design produit. Ensuite, la dé-
2 matérialisation et la plateformes (cf. Paquiénéguy 2016) engendrent une
3 prolifération des services en ligne, tous domaines d'activités confondus, qui
4 fait se rejoindre le design de services (principalement soutenu par la data)
5 et le design d'interfaces dans des registres encore méconnus et inexploités à
6 l'échelle du grand public (réalité virtuelle ou augmentée, robotique, intelli-
7 gence artificielle). De plus, l'appétence réelles des jeunes générations pour ces
8 objets et services façonne de nouvelles façons de faire et de consommer (les
9 moins de 25 ans sont connectés plus de 3h par jour¹⁶) ouvertes à la co-concep-
10 tion, au collaboratif, fondamentaux des méthodologies créatives du *design*
11 *thinking* ou de l'*user experience*.

12 Le Design est une des disciplines chargées de proposer des réponses in-
13 dustrielles aux différentes transitions (écologique, économique, numérique,
14 énergétique, etc.) en se projetant dans l'avenir *via* des objets et des services
15 et en exploitant désormais les ressources de l'innovation sociale. Plusieurs
16 exemples peuvent déjà être convoqués, le design urbain qui repense les routes
17 (intelligentes) à travers la conception de véhicules autonomes ; l'éco-design
18 dont la finalité valorise l'usage et non le produit (cf. Vicari 2013) et exploite le
19 recyclage¹⁷. Le défi à relever consiste donc à proposer de nouvelles pratiques
20 et modes de vie mieux adaptés aux usagers à l'œuvre au quotidien. A l'échelle
21 industrielle, l'objectif visé n'est donc plus l'uniformité, mais la cohérence¹⁸ ;
22 une cohérence entre le service ou le bien et les pratiques ou les compétences
23 de l'utilisateur, magnifiée dans l'expérience à vivre. Repenser l'usage à partir
24 d'une expérience à venir et non acquise est le renversement proposé par le
25 design contemporain ; il suppose l'intégration de l'usage dans la proposition
26 sur la base des pratiques de l'usager ; même immatériel l'objet n'y est que
27 second.

28
29
30

31 Bibliographie

32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42

Akrich, Madeleine
1987 *Comment décrire les objets techniques*, « Technique et culture », 9, pp. 49-64.

1993 *Les formes de la médiation technique*, « Réseaux » 60, pp. 87-98.

Bardini, Thierry
1996 *Changement et réseaux sociotechniques : De l'inscription à l'affordance*,
« Réseaux », 76, pp. 126-155.

Benkler, Yochai

43 16 [https://www.csa.eu/fr/survey/observatoire-des-pratiques-numeriques-des-](https://www.csa.eu/fr/survey/observatoire-des-pratiques-numeriques-des-francais)
44 [francais](https://www.csa.eu/fr/survey/observatoire-des-pratiques-numeriques-des-francais), consulté le 30 mars 2019

45 17 Voir par exemple le travail de l'agence *Du déchet au design* <http://www.dudechetaudesign.com>, consulté le 28 mars 2019

46 18 Propos d'Albert Shum, Design Lead Design chez Microsoft <https://kosmos.fr/6-tendances-design-experience>, consulté le 28 mars 2019

- 1 2006 *The Wealth of Networks : How Social Production Transforms Markets and*
 2 *Freedom*, New Haven, Connecticut : Yale University Press.
- 3
 4 Boullier, Dominique
 5 1995 *L'utilisateur, l'utilisateur et le récepteur : douze ans d'exploration dans*
 6 *les machines à communiquer*, Habilitation à diriger des recherches,
 7 Université Bordeaux3.
- 8
 9 Bouquillion, Philippe
 10 2012 *Creative economy, creative industries. Des notions à traduire*. Saint Denis :
 11 Presses Universitaires de Vincennes.
- 12
 13 Bouzidi, Laïd ,Boulesnane, Sabrina, Benaïssa ,Monia
 14 2017 *L'évolution des Technologies de l'Information et de la Communication : la co-*
 15 *construction avec les usages*, « Interfaces numériques », 6, 3, pp. 482-498.
- 16
 17 Collet, Laurent
 18 2018 *Analyse de la performance dynamique des agences de communication :*
 19 *expérience utilisateur et formes multimédias interactives*, Mémoire d'HDR
 20 soutenue le 20 novembre 2018, Université de Lyon.
- 21
 22 De Certeau, Michel
 23 1980 *L'invention du quotidien. I : Arts de faire*, Paris : Gallimard.
- 24
 25 Flichy, Patrice
 26 1995 *L'innovation technique. Récents développements en sciences sociales vers une*
 27 *nouvelle théorie de l'innovation*, Paris : La Découverte.
- 28
 29 2001 *La place de l'imaginaire dans l'action technique. Le cas de l'internet*,
 30 « Réseaux », 109, p. 52-73.
- 31
 32 2004 *L'individualisme connecté entre la technique numérique et la société*,
 33 « Réseaux », 124, pp.17-51.
- 34
 35 2008 *Technique, usages et représentations*. « Réseaux », 148-149, pp. 147-174.
- 36
 37 Grimand, Amaury
 38 2012 *L'appropriation des outils de gestion et ses effets sur les dynamiques*
 39 *organisationnelles : le cas du déploiement d'un référentiel des emplois et des*
 40 *compétences*, « Management & Avenir », 4, pp. 237-257.
- 41
 42 Huet, Armel, *et alii*
 43 1978 *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble : Presses Universitaires de
 44 Grenoble.
- 45
 46 Jouët, Josiane
 47 1987 *L'écran apprivoisé : télématique et informatique à domicile*. Paris : Cnet.
- 1989 *Nouvelles techniques : des formes de la production sociale*, « TIS », 3, pp. 13-
 34.
- 1993 *Pratiques de communication et figures de la médiation*, « Réseaux » 60, pp.
 99-120.
- 2000 *Retour critique sur la sociologie des usages*, « Réseaux », 100, pp. 487-521.
- Kaufmann, Jean-Claude
 1997 *Le monde social des objets*. « Sociétés contemporaines », 27, pp. 111-125.
- Quéré, Louis

- 1 1982 *Des miroirs équivoques : aux origines de la communication moderne*, Paris :
2 Res Aubier.
- 3 Lacroix, Jean-Guy Mœglin, Pierre Tremblay, Gaëtan
4 1992 *Usages de la notion d'usages*, « Actes du 8^e Congrès National des Sciences de
5 l'Information et de la Communication », Sfsic, Lille, pp. 239-248.
- 6
7 Maldonado, Thomas [sic !]
8 1958 *La Formation du designer*, [http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/
9 handle/2042/28772/C&T_1981_5_166.pdf?sequence=1](http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/28772/C&T_1981_5_166.pdf?sequence=1)
- 10 Mousseron, Pierre
11 2011 *Introduction terminologique : des comportements aux bonnes pratiques*.
12 « Journal des sociétés », 92, pp. 1-12.
- 13 Paquiénéguy, Françoise
14 2006 *Entre gamme d'usages, dispositifs et personnalisation : qu'est devenu
15 l'usage prescrit ?* Colloque International « Mutations des industries de la
16 culture, de l'information et de la communication », La Plaine Saint-Denis
- 17
18 Paquiénéguy, Françoise
19 2012 « L'utilisateur et le consommateur à l'ère numérique ». in Vidal G. (editor), *La
20 sociologie des usages : transformations et continuités* ; Paris : Éditions
21 Hermès Lavoisier, collection Traités, pp. 179-212.
- 22 Paquiénéguy, Françoise
23 2016 *Vivre avec les algorithmes : les nouveaux enjeux culturels et médiatique*,
24 Entretiens Jacques Cartier – Colloque « L'impact des algorithmes sur les
25 médias et la culture, Lyon, 21 novembre 2016.
- 26 Paquiénéguy, Françoise
27 2017 *L'usage au fil des Tic : une genèse à raviver pour mieux le
28 repenser ?* « Interfaces Numériques », 6, 3, pp. 464-481.
- 29
30 Proulx, Serge
31 2002 *Trajectoires d'usages des technologies de communication : les formes
32 d'appropriation d'une culture numérique comme enjeu d'une société du
33 savoir*. « Annales des télécommunications », 57, 3-4, pp. 180-189.
- 34 Proulx, Serge (Ed.)
35 1988 *Vivre avec l'ordinateur. Les usagers de la micro-informatique*. Montréal :
36 Éditions G. Vermette Inc.
- 37 Santerre, Lise
38 1993 *La formation des usages sociaux de la micro-informatique domestique*.
39 « Cahier de recherche sociologique », 21, pp.171-175.
- 40
41 Lawton, Shawn, Martinson, Henry and Mary
42 1984 *Accessibility in User-Centered Design*, [https://www.w3.org/WAI/redesign/
43 ucd](https://www.w3.org/WAI/redesign/ucd)
- 44 Vedel, Thierry
45 1995 *Sociologie des innovations technologiques et usagers : introduction à
46 une socio-politique des usages*. In : A. Vitalis (Eds.), *Médias et nouvelles
47 technologies. Pour une socio-politique des usages*, (pp. 13-34), Rennes :
Apogée.

- 1
- 2 Vial, Stéphane
- 3 2015 *Le Design, Que sais-je ?* Paris : Presses universitaires de France.
- 4
- 5 Vicari, Alessandro
- 6 2013 *Éco-design. Processus et hypothèses de travail*. « Multitudes », 53, pp. 185-
- 7 190.
- 8
- 9 Vitalis, André
- 10 1995 *Médias et nouvelles technologies. Pour une socio-politique des usages*,
- 11 Rennes : Apogée.
- 12
- 13
- 14
- 15
- 16
- 17
- 18
- 19
- 20
- 21
- 22
- 23
- 24
- 25
- 26
- 27
- 28
- 29
- 30
- 31
- 32
- 33
- 34
- 35
- 36
- 37
- 38
- 39
- 40
- 41
- 42
- 43
- 44
- 45
- 46
- 47