



HAL
open science

Traductibilité et design : explorer les paramètres génératifs du brief

Laurent Mertz, Justine Peneau, Dorian Reunkrilerk

► To cite this version:

Laurent Mertz, Justine Peneau, Dorian Reunkrilerk. Traductibilité et design : explorer les paramètres
génératifs du brief. Revue Appareil [En ligne], 2022, Traduction & Design, 24. hal-03777906

HAL Id: hal-03777906

<https://hal.science/hal-03777906v1>

Submitted on 15 Sep 2022

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.

Traductibilité et design : explorer les paramètres génératifs du brief

Laurent Mertz, Justine Peneau et Dorian Reunkrilerk

Laurent Mertz

Doctorant CIFRE, CodesignLab & Media Studies, Télécom Paris, Institut Interdisciplinaire de l'Innovation (i3).

mertz.lau@gmail.com

Justine Peneau

Doctorante CIFRE, CodesignLab & Media Studies, Telecom Paris, Institut Interdisciplinaire de l'Innovation (i3).

peneau.justine@gmail.com

Dorian Reunkrilerk

Doctorant CIFRE, CodesignLab & Media Studies, Télécom Paris, Institut Interdisciplinaire de l'Innovation (i3).

dorian.reunkrilerk@gmail.com

Résumé

Cet article propose d'explorer ce que la traductologie peut éclairer de la pratique du design. Au même titre que la traduction repose sur une activité interprétative d'un texte d'origine, le design traduit un besoin souvent exprimé par un tiers au travers de différents médias, et notamment le document de brief du projet. Les designers doivent alors entrer, comme les traducteurs, dans une forme de négociation avec différents acteurs et situations. Comme le montre Walter Benjamin (1968), en traductologie, cette négociation peut reposer sur deux approches opposées : l'une relevant du traduisible et l'autre du traductible. La première fige les langues et leur nature malléable, au contraire de la deuxième qui crée de nouvelles potentialités de langage. Dans le cas du design, l'activité interprétative débute généralement par la traduction d'un brief. Celui-ci est le matériau source à partir duquel le projet va prendre forme. Nous faisons ainsi l'hypothèse de penser le brief comme pouvant porter en lui des paramètres menant les designers à adopter l'une ou l'autre de ces deux approches (traductible ou traduisible). Notre analyse de cinq briefs, issus d'entreprises différentes, nous permet ainsi de mettre en lumière certains de ces paramètres fondamentaux comme : l'influence de la circulation des versions d'un brief sur les stratégies de conception, la projection mutuelle de postures entre les acteurs, ou encore l'écart ou l'alignement des horizons d'attentes de chacune des parties prenantes. Ces paramètres nous amènent ainsi à considérer le brief comme un appareil génératif, invitant à explorer des possibles, en opposition à un dispositif inhibant le travail créatif.

Mots-clés

design, générativité, brief, horizon d'attentes, traduction négociante, appareil

Summary

This article aims to explore what translatology can enlighten on design practice. Just as translation is based on an interpretative activity of an original text, design translates a need often expressed by a third party through different media, and more specifically from the design brief. Designers must then enter, like translators, into a form of negotiation with different actors and situations. As Walter Benjamin (1968) demonstrates, in translatology this negotiation can be based on two opposite approaches: one he calls: literal translation and the other translatability. The first one freezes languages and their malleable nature, unlike the second one which creates new language potential. In the case of design, the interpretive activity generally begins with the translation of a brief. This becomes the source material from which the project will take shape. We establish the hypothesis that the brief is carrying parameters leading the designers to adopt one or the other of these two approaches (literal translation or translatability). Our analysis of five briefs from different companies allows us to highlight some of these fundamental parameters such as: the influence of the circulation of versions of a brief on the design strategy, the mutual projection of postures between the actors or the gap or the alignment between each stakeholder's horizon of expectations. These parameters therefore lead us to consider the brief as a generative apparatus as opposed to an inhibiting "dispositif".

Key-words : design, generativity, brief, horizon of expectations, negotiating translation, apparatus

Introduction

Cet article part du postulat que la pratique du design est analogue à la pratique de la traduction. À l'instar de la traductologie qui entre en conversation avec l'auteur source, la conception résulte de négociations avec différents acteurs et situations (clients, utilisateurs, contextes économiques, stratégiques, politiques, environnementaux, etc.). Ce n'est donc pas un acte de création individuel¹. Ces négociations impliquent des gestes de traduction protéiformes, passant du verbal au visuel et inversement, de l'oral à l'écrit, du technique au narratif, de l'explicite à l'implicite, etc. Pour Salvatore Zingale, le designer agit ainsi comme un traducteur en concevant sa pratique comme une « activité interprétative, déduisant d'une question une autre question, d'un signe un autre signe² », jusqu'à parvenir à la version de l'artefact qu'il aura jugée comme répondant au mieux à toutes ces questions.

Dans *La Tâche du traducteur*, Walter Benjamin³ montre que deux approches de la traduction sont possibles. Soit elle relève du traduisible et « fige le sens libre et mouvant de l'original⁴ », soit elle relève du traductible en créant de nouvelles potentialités de langage⁵. Annie Gentès propose ainsi une analogie pour le design, entre le concept de traductibilité et celui de générativité. Selon l'auteure, cette dernière est définie comme le potentiel à produire du nouveau. Dès lors, l'activité de design ne consiste pas seulement à produire des objets mais des « choses⁶ » dont l'identité est à interroger et à inventer grâce à la production d'un débat génératif. Ainsi, l'approche générative, comme l'indiquent Pascal Le Masson et Benoit Weil, correspond à une situation où « la création de connaissance contribue à des expansions conceptuelles fortes et à des restructurations des connaissances profondes. [L'approche générative] cherche les nouvelles lois, les anomalies, les surprises, les propositions théoriques permettant de profondes réorganisations, des correspondances inattendues⁷ ».

Ce principe d'exploration fait bien écho à ce que la traductibilité fait aux mots. Selon Benjamin, dans sa tâche, le traducteur cherche à répondre à la dynamique des langues. Par un jeu sur les mots, les sonorités, la recherche sur les racines, le traducteur peut donner au sens du texte initial une nouvelle teinte sans toutefois trahir ce sens originel. Ainsi, « l'exploration des significations possibles, des mondes vécus, des commentaires, alimente non seulement l'interprétation mais permet de créer un univers qui réécrit en quelque sorte le texte d'origine ».

1 Tomes Anne, Oates Caroline et Armstrong Peter, « Talking Design: Negotiating the Verbal–Visual Translation », *Design Studies*, vol. 19, n° 2, 1998, p. 127-142.

2 Zingale Salvatore, « Design as Translation Activity: a Semiotic Overview », dans Llyod Peter et Erik Bohemia (dir.), *Proceedings of DRS2016: Design + Research + Society - Future-Focused Thinking*, vol. 3, Londres, 2016, p. 1062.

3 Benjamin Walter, « La Tâche du traducteur », dans *Œuvres*, tome I, trad. fr. de Gandillac Maurice, Paris, Gallimard, coll. Folio, 2000.

4 Masure Anthony, *Le design des programmes : des façons de faire du numérique*, Thèse de doctorat, Paris I Panthéon-Sorbonne, Paris, 2014, p. 311.

5 Gentès Annie, « De la traduction comme médiation et création interlinguistique des interactions humaines », *Revue des Interactions Humaines Médiatisées*, vol. 10, n° 1, 2010, p. 3-26.

6 Gentès Annie, *The In-Discipline of Design: Bridging the Gap Between Humanities and Engineering*, Gewerbestrasse, Springer International Publishing, Design research foundations, 2017, p. 20.

7 Le Masson Pascal et Weil Benoit, « Fayol, Guillaume, Chevenard - la Science, l'Industrie et l'exploration de l'inconnu : logique et gouvernance d'une recherche conceptive », *Entreprises et Histoire*, vol. 83, n° 2, 2016, p. 87.

Dans le cas du design, cette exploration débute généralement par la traduction d'un *brief*⁸, le plus souvent sous forme d'un document écrit spécifiant l'objectif du projet, la façon d'atteindre ce dernier, les délais donnés pour y parvenir, etc.

En effet, l'activité interprétative du design ne peut démarrer, selon Salvatore Zingale, que si l'énoncé avec lequel le designer conçoit est textualisé. Il s'agit pour lui d'une phase de pré-traduction des besoins menant à l'écriture d'un « briefing-text⁹ ». Ce document, aussi appelé *brief*, constitue la source de la traduction pour les concepteurs. Nous faisons l'hypothèse qu'en tant que document d'origine pour les concepteurs, le brief peut les amener à être génératif ou bien les inhiber selon qu'il porte en lui des éléments relevant du traductible ou du traduisible. De fait, comme l'ont observé Ilpo Koskinen et Peter Krogh¹⁰ les designers tendent, de façon intentionnelle ou non, à s'éloigner du *brief* d'origine, en « dérivant¹¹ » de celui-ci à des fins d'exploration et de générativité.

Cet article propose ainsi d'explorer ce que peut apporter la traductologie à la pratique du design lors de cette phase de *brief*. Qu'est-ce qui relève de la traductibilité dans le *brief* et peut conduire les designers à être génératifs ou non ? Si l'on considère le *brief* comme un appareil génératif et non comme un dispositif, quels liens existent-ils entre générativité et traductibilité ? Afin de répondre à ces questions, et en élaborant sur une littérature portant sur le *brief* en design et en architecture, nous proposons une analyse menée à partir des *briefs* de cinq entreprises (trois terrains principaux et deux terrains secondaires).

L'analyse porte dans un premier temps sur les formats, contenus et conditions de circulation des différentes versions d'un même *brief*, et ce avant de décrire la façon dont ces paramètres influent sur le caractère traduisible ou traductible de ces mêmes documents. Seront ensuite analysées les situations de communication et les négociations entre commanditaires et designer, conditionnant diverses approches de traduction.

État de l'art

Le *briefing* en design

Dans un projet en design, le *brief* fait office de cadrage des enjeux et besoins en spécifiant les attentes¹² du client. Le *brief* supporte ainsi l'intention de conception du client en attente de

8 Cette phrase pourrait amener à penser tout projet de design comme nécessairement lié à une relation de commande avec un client, excluant dès lors les projets de design qui ne fonctionnent pas sur le mode de la commande. Nous pouvons toutefois penser que les designers travaillant sans commande établissent avec eux-mêmes et pour eux-mêmes un *brief*, plus ou moins formalisé, renvoyant à ce que nous présentons ici.

9 Zingale Salvatore, *op. cit.*, p. 1069.

10 Krogh Peter Gall et Koskinen Ilpo, *Drifting by Intention: Four Epistemic Traditions from within Constructive Design Research*, Gewerbestrasse, Springer International Publishing, Design research foundations, 2020.

11 *Ibid.*, préface p. 5 : « Par dérive, nous entendons ces actions qui éloignent le design du *brief* ou de sa question d'origine et conduisent à un résultat qui n'était pas prévu au début. Nous parlons de la dérive comme d'un processus conscient qui se produit intentionnellement et dépend d'une certaine épistémologie. »

12 Gadamer Hans-Georg, *Vérité et Méthode*, Paris, Seuil, coll. L'ordre philosophique, 1976. Voir aussi Jauss, Hans Robert, *Pour une esthétique de la réception*, Allemagne, Gallimard, coll. Bibliothèque des Idées, tard. fr. Claude Maillard, 1978.

s'exprimer, ses *desiradata*¹³ que le designer doit être en mesure de pouvoir traduire. En regard de l'intention initiale du client, le designer va adopter des postures de fidélité ou de transgression. Ainsi, comme le montrent Ilpo Koskinen et Peter Krogh, en négociant leur contrat de façon à le rendre plus souple, en proposant des contre-*briefs*, en explorant des dizaines d'idées ou encore en favorisant la co-conception, les concepteurs dérivent de l'énoncé d'origine.

Le *brief* vient donc nourrir l'activité des designers, en leur apportant une base de connaissances jugée suffisante et permettant à tous les acteurs d'adopter dès le début du projet une vision holistique¹⁴. Alexander Koutamanis¹⁵ montre pourtant que dans beaucoup de cas, ces connaissances sont souvent reléguées au second plan, voire considérées, paradoxalement, comme un obstacle au design en entravant alors toute forme de traduction. Or, le *brief* est un document qui fait partie intégrante du projet. En ce sens, il doit être perçu comme un objet intermédiaire dont le designer doit s'emparer afin de guider la communication avec le client et les intentions de ce dernier¹⁶.

Ainsi, en tant qu'objet intermédiaire, le *brief* peut être associé à une action de recadrage au cours de laquelle les designers cherchent avant tout « le problème derrière le problème¹⁷ », s'éloignant du point d'origine, et traduisant le besoin initial vers une question de design¹⁸. Cette notion de cadrage a largement été étudiée par Donald Schön¹⁹. L'auteur explique que cette perception du problème se combine avec l'adoption d'une terminologie et d'un raisonnement permettant de développer un ensemble d'actions possibles. Le designer, à partir de l'expression initiale du projet, va initier un ensemble d'interactions avec le client dans le but de développer une compréhension mutuelle du projet à construire, en développant notamment cette terminologie et ce raisonnement. Le *brief* est ainsi vécu comme un processus de négociation entre le designer et le client dans le but de définir une vision commune de ce que le projet devrait être, telle que l'étude de Bec Paton et Kees Dorst²⁰ l'a démontrée.

13 Nelson Harold et Stolterman Erik, *The Design Way: Intentional Change in an Unpredictable World*, Cambridge, MIT press, seconde édition, 2012.

14 Falcão Gonçalo et Almendra Rita, « The End of the "Briefing" and "the Client" in Graphic Design. », *The Design Journal*, vol. 20. sup. 1, 2017, p. 1405-1414.

15 Koutamanis, Alexander, « Briefing and Building Information Modelling: Potential for Integration. », *International Journal of Architectural Computing*, vol. 15, 2, 2017, p. 119-133.

16 Falcão, Gonçalo, Almendra, Rita, « The end of the "briefing" and "the client" in graphic design. », *op. cit.*

17 Paton, Bec, Dorst, Kees, « Briefing and reframing: A situated practice. », *Design Studies*, vol. 32, 6, 2011, p. 573.

18 Findeli, Alain, « La recherche-projet en design et la question de la question de recherche : essai de clarification conceptuelle. », *Sciences du design*, 1, 2015, p. 45-57.

19 Schön, Donald A., *The reflective practitioner: How professionals think in action*, New York, Basic Books, 1983. Voir aussi Schön, Donald A., *Educating the reflective practitioner*. San Francisco, John Wiley & Sons, 1987.

20 Paton, Bec, Dorst, Kees, « Briefing and reframing: A situated practice. », *op. cit.*

Celle-ci présente ainsi une typologie de quatre rôles du designer correspondant à quatre degrés de négociations lors de l'étape du *brief* :

- le technicien où il n'y a presque aucun recadrage, le designer suit à la lettre le *brief* client,
- le facilitateur où le designer aide le client à formuler l'espace des possibles de ses besoins,
- l'expert/artiste où le client arrive avec une vague idée de ses besoins et où le designer l'aide à consolider un *brief* de départ,
- le collaborateur où le designer et le client travaillent ensemble dans le but de formuler un *brief* commun.

D'un point de vue de la traduction, les auteurs montrent que plus la négociation tend à privilégier l'intention initiale du client, plus le concepteur sera dans une approche traduisible du *brief*, et moins dans une approche traductible de celui-ci. En effet, en se plaçant en collaborateur, le concepteur déplace l'intention d'origine vers un nouveau contexte de réception (public, valeur, contexte, espace, temporalité, expérience, etc.) non formulé dans le *brief* initial. Cette approche rappelle celle du « skopos » en traductologie²¹ où il s'agit d'établir un texte produisant le même effet que celui que visait l'original en s'intéressant au destinataire de la traduction. Le client passe ainsi d'une approche basée sur la solution à une approche basée sur l'exploration de ses valeurs, en interprétant les intentions visuelles cachées dans les énoncés verbaux du client²².

Au-delà de l'énoncé d'origine, le *brief* est aussi à considérer comme un processus dynamique qui évolue tout au long du projet : le *briefing*. Pour Alexander Koutamanis, les informations du *brief* réapparaissent durant toute la vie d'un projet. Le *briefing* est ainsi perçu comme un processus d'interaction entre les parties prenantes permettant une meilleure coordination de l'action, une sorte de système dynamique de l'information comprenant les inputs que les designers sont amenés à traduire en outputs à chaque étape.

2.2. Inhibition et générativité du *brief*

Cependant, selon les approches du *brief* adoptées, celui-ci peut aussi inhiber la générativité et l'empêcher de se développer tout au long du projet. En effet, si le *brief* est pensé comme un document statique décrivant des spécifications au regard de fonctions attendues, besoins, systèmes techniques associés, budgets, etc., il ne représente alors qu'une simple liste d'exigences²³. C'est également le cas si le *brief* n'évolue pas en même temps que le projet et contient ainsi des informations obsolètes qui entraînent du temps et des ressources

21 Reiss, Katharina, Vermeer, Hans Josph, *Towards a General Theory of Translational Action : Skopos Theory Explained*, Manchester, St Jerome Publishing, 2013.

22 Tomes, Anne, Oates, Caroline, Armstrong, Peter, « Talking design: negotiating the verbal–visual translation », *op. cit.*

23 Zwemmer, Maarten, Otter, Ad Den., « Engaging users in briefing and design: A strategic framework. », dans *CIB Joint Conference W096-W102 : Improving Performance*, Helsinki, 2008, p. 405-416.

supplémentaires. L'étude de Mohamed El Reifi et Stephen Emmitt²⁴ portant sur les *briefs* en architecture montre ainsi qu'une mauvaise mise à jour d'un *brief* est la cause de 30% de retravail (*rework*). Le *brief* client non reformulé représente un obstacle au design dans 60% des cas dans la mesure où le concepteur aura plus de difficultés à ouvrir un espace de traduction. Pour remédier à cela, Bec Paton et Kees Dorst indiquent qu'une approche dialogique²⁵ permettrait d'aligner les attentes entre le commanditaire et le concepteur. Les auteurs donnent ainsi plusieurs recommandations : éviter les approches trop générales ou l'utilisation de mots à la mode (*buzzwords*), poser des questions ciblées, et repérer dès que possible les fixations du client sur son intention initiale.

Le *brief*, en tant qu'énoncé d'origine à traduire, est donc un élément clé de la pratique du designer, source de sa générativité mais également de ses inhibitions. La traductologie vient justement ici nourrir la réflexion sur générativité et inhibition, grâce à la mobilisation des concepts du traductible et du traduisible²⁶ évoqués précédemment. En élaborant sur ces recherches, et pour explorer notre hypothèse d'un *brief* pouvant porter en lui son potentiel traductible, nous avons procédé à une analyse de cinq *briefs* dont nous décrivons les terrains et la méthodologie ci-après.

3. Terrain et méthodologie

Nous proposons dans un premier temps une présentation du contexte ayant permis l'émergence de cette recherche et l'accès aux *briefs* analysés. Une présentation sommaire des différents projets sera ensuite effectuée.

3.1 Contexte général

Les *briefs* étudiés proviennent de recherches menées dans le cadre du laboratoire commun Exalt²⁷, inauguré en décembre 2017. Ce laboratoire réunit entreprises et chercheurs et a pour vocation d'étudier divers enjeux du design en entreprise. Par exemple, la gestion du design, le statut du design, la gouvernance, la diffusion dans l'entreprise, les méthodes, etc. Chacune des entreprises partenaires accueille un doctorant CIFRE, lui donnant ainsi accès à un terrain de recherche. Les auteurs du présent article, eux-mêmes doctorants, sont immergés dans les projets menés par les entreprises. Cette implication, durable et de premier plan leur confère une compréhension fine des pratiques et des contextes des projets, et donc des enjeux de traduction à l'œuvre au quotidien. Méthodologiquement, cette posture s'inscrit dans une approche

24 El. Reifi, Mohamed Hani, Emmitt, Stephen, « Perceptions of Lean Design Management », *Architectural Engineering and Design Management*, vol. 9, 3, 2013, p. 195-208.

25 Krogh, Peter Gall, Koskinen, Ilpo, *Drifting by Intention : Four Epistemic Traditions from within Constructive Design Research*, op. cit., p. 582. : "A dialogical approach uses question and response, as well as representation and reflected re-representation, to create a shared horizon of understanding. The designers reported that it is prohibitively difficult to get the client to adopt new frames without dialogue."

26 Benjamin, Walter, « La Tâche du traducteur », dans *Œuvres*, tome I, Paris, Gallimard, coll. Folio, trad. fr. Maurice de Gandillac, 2000.

27 Voir : <http://www.exalt.design/fr/>

d'observation-participante, revendiquant qu'une immersion longue dans un terrain de recherche est ce qui permet de mieux accéder aux représentations situées des acteurs rencontrés, et ce grâce à une observation et une pratique réflexives²⁸.

3.2 Cas d'études

Afin d'explorer au mieux les enjeux relatifs au *brief* et à ses conditions de traductibilité et de générativité, une approche de terrain partant de projets réels a été déployée. Ces projets se sont déroulés dans chacune des cinq entreprises partenaires du laboratoire, et présentent une variété de situations de communications pour les *briefs* correspondants. Les entreprises opèrent en effet dans des secteurs très différents, comme par exemple les agences de design et de communication, la grande distribution, ou encore l'industrie de la métallurgie. Les situations de communication entre commanditaires et designers sont donc elles aussi variées, selon qu'il s'agisse par exemple d'un rapport de prestation de service ou d'un projet mené à l'intérieur et pour le compte de l'entreprise.

Trois projets, menés respectivement par chaque auteur de l'article, sont ainsi majoritairement mobilisés pour l'analyse, tandis que les deux autres permettent d'affirmer ou d'infirmes certaines hypothèses initialement produites.

	Secteur d'activité	Statut du design	Type de projets	Usage du cas pour l'analyse
Projet terrain A	Industrie de la métallurgie dans le domaine de la mobilité	Équipe de design en interne	Interface visuelle dans les ascenseurs	Majeur
Projet terrain B	Agence de design	Entreprise prestataire	Applications numériques dans le domaine de la santé	Majeur
Projet terrain C	Agence de communication	Entreprise prestataire	Plateforme de gestion RH interne	Majeur
Projet terrain D	Grande distribution	Équipe de design en interne	Charte graphique pour produits animaliers	Mineur

²⁸ Becker, Howard Saul, *Tricks of the trade: How to think about your research while you're doing it*, Chicago, University of Chicago press, 2008.

Projet terrain E	Assurances	Équipe de design en interne	Design espace d'accueil du siège	Mineur
------------------	------------	-----------------------------	----------------------------------	--------

Fig1. Tableau synthétique des projets étudiés

3.3 Récolte des données

Afin d'étudier spécifiquement la question du *brief* dans des projets menés au sein des entreprises partenaires, un atelier a été organisé durant le séminaire annuel du laboratoire commun Exalt. En amont, les participants furent invités à sélectionner un projet de leur choix et à ramener les documents faisant office de *brief*. Constitués en binôme doctorant CIFRE/tuteur industriel, les participants ont disposé d'une heure pour remplir un document gabarit (*template*) d'analyse interrogeant divers paramètres du *brief* comme :

- les conditions initiales du projet,
- le rôle dévolu au design,
- les formats de documents utilisés,
- l'évolution du projet jusqu'à son potentiel dénouement.

À l'issue de l'exercice, chaque groupe a présenté son travail à l'ensemble des personnes présentes, permettant d'échanger et de comparer les expériences entre les cinq terrains. Deux types de données ont été récoltées : les *templates* complétés par les différents binômes, ainsi que les retranscriptions des présentations effectuées par chaque groupe, servant de base à l'analyse présentée dans cet article.

3.4 Méthode d'analyse

L'analyse des *briefs* émerge d'un travail basé sur l'approche de la théorie ancrée²⁹, reposant sur un codage systématique d'un corpus de documents. L'analyse peut ainsi en effet tendre vers une saturation sémantique des phénomènes étudiés, en s'appuyant sur une richesse de situations dans lesquelles ces derniers se produisent³⁰. Par ailleurs, l'application de la théorie ancrée est toujours dépendante du contexte dans lequel elle opère, et répond donc à un « bricolage structuré³¹ », permettant au mieux de respecter le caractère émergent de la production de connaissances propres à cette approche.

29 Strauss, Anselm, Corbin, Juliet (dir.), *Grounded theory in practice*, Londres, Sage, 1997.

30 Clarke, Adele, « Situational analyses: Grounded theory mapping after the postmodern turn. », *Symbolic interaction*, vol. 26, 4, 2003, p. 553-576.

31 Allard-Poesi, Florence, « Coder les données », dans Giordano, Yvonne (dir), *Conduire un projet de recherche : une perspective qualitative*, Cormelles-le-Royal, EMS Éditions, 2003, p. 245-290.

L'analyse thématique des données s'est orchestrée comme suit :

- a) Une mise en tableau des données spécifiant la chronologie du projet, les acteurs impliqués, ainsi que les documents de *brief* disponibles. Un corpus autour de chaque *brief* a ainsi pu être constitué.
- b) Un travail d'analyse thématique de premier niveau, c'est à dire mené individuellement par chacun des auteurs, sur son propre projet.
- c) Une mise en commun et une consolidation des thèmes entre les chercheurs.

Considérant le *brief* comme document source aux opérations de traduction menées par le designer, l'analyse des cas d'études s'est attachée à regarder :

- le contexte initial du *briefing* / de réception du *brief*
- la circulation entre les acteurs et son interprétation
- l'influence du *brief* sur la posture de traduction du designer

Enfin, un des enjeux centraux de l'article étant d'explorer comment la traductologie peut nourrir un certain regard sur la pratique du design, les concepts de traductible et de traduisible ont activement contribué au codage et à l'analyse des données issus du terrain.

4. Analyse

4.1 Le versionnage du *brief* initial

Pour démarrer notre analyse, nous sommes partis des documents apportés par les binômes et avons observé les formats des documents apportés. Nous avons également regardé plus spécifiquement la façon dont chaque document a circulé et s'est modifié au fil du temps par un processus de versionnage. En effet, nous avons remarqué qu'en passant d'un acteur à l'autre, le document est interprété différemment, et donne lieu à une réécriture de celui-ci dans des formats différents, que nous qualifions de « versions ». Le tableau ci-dessous retrace la chronologie des versions antérieures et postérieures des documents apportés par chacun des 3 terrains principaux (fig.2) :

	Version 1	Version 2	Version 3	Version 4	Version 5	Version 6	Version 7
Terrain A	Proposition d'opportunités commerciale	Réunion de <i>brief</i> 1	Document des termes convenus du projet	Réunion de <i>brief</i> 2	Simulations, prototypes, essais techniques	Industrialisation	
Terrain B	Conversation téléphonique avec le consultant	Premier mail	Réception banc d'essai	Traduction en questions de recherche	Présentation des questions de recherche	Étude expérience utilisateur	Focus group et test prototype

Terrain C	Réunion de <i>brief</i> initial	Document de compte-rendu de réunion de <i>brief</i>	Traduction du <i>brief</i> et signature du bon de commande	Réunion interne : <i>brief</i> équipe de conception	Traduction en programme de workshop	Workshop avec le client	Allers-retours sur les propositions faites par les designers
-----------	---------------------------------	---	--	---	-------------------------------------	-------------------------	--

Fig.2 : Tableau chronologique des différentes versions des documents de *brief*, antérieures et postérieures à la version apportée par les trois entreprises principales

Nous observons ainsi, que parmi les cinq entreprises, deux ont amené un document normé, tant sur le plan graphique, que sur son usage au sein de l'entreprise. Les deux *briefs* des entreprises en question revêtent donc un caractère pouvant être qualifié d'officiel (terrains A et D). Deux autres ont apporté des mails rédigés par les commanditaires et adressés aux équipes de conceptions pour débiter le projet (terrains B et E). Enfin, le dernier a présenté un document servant de devis et contrat entre le commanditaire et le prestataire (terrain C).

Aussi, dans les *templates* complétés et les retranscriptions, il apparaît que ces documents ne sont pas les seuls employés pour *brief*er les équipes de conception. Il existe d'autres version antérieures ou postérieures, plus ou moins officielles, dont les formats varient. Parmi celles-ci, il est fait mention : de réunions impliquant tout ou partie de l'équipe projet, de programmes de workshops et leur passation, de protocoles d'observation et d'enquête, de notes de recommandation, etc.

Nous rejoignons ainsi l'état de l'art dans la mesure où les *briefs* des cinq terrains ne sont, en effet, pas seulement à considérer sous l'angle d'un document unique, mais comme un processus relevant d'une certaine situation de communication³² entre diverses parties prenantes. Les *briefs* apportés ne sont qu'un élément de cette situation de communication qui comprend, en réalité, plusieurs versions de chacun d'eux. La circulation du *brief* va ainsi entraîner des versions de celui-ci engendrant elles-mêmes des approches de traduction du *brief*, conscientes ou non, différentes. Les aspects de traduction du *brief* auxquels nous nous intéressons sont donc à observer dans le processus de *briefing* dans son ensemble.

4.2. Accès à l'information source

Parmi ces versions on observe que les concepteurs ne sont pas toujours impliqués, présents, ou destinataires du *brief* initial. C'est le cas notamment pour le terrain C. Les concepteurs doivent attendre la troisième version pour être impliqués dans le projet. Le *brief* initial s'étant fait oralement lors d'une réunion, ils n'auront pas accès à la source première des informations, mais à leur traduction par le commercial en charge du projet présent durant la réunion. Les

32 Charaudeau, Patrick, « De la situation de communication au contrat de communication », dans Charaudeau, Patrick, Goldberg, Michel (dir.), *La médiatisation des savoirs scientifiques*, Université La Rochelle, 2015.

concepteurs vont donc interpréter un document déjà traduit, et non l'originel. Il semble ainsi que, dans le cas où l'équipe de conception n'a pas accès à la source d'information originelle, toutes les versions antérieures agissent comme des filtres et transforment les composants du *brief* initial à travers le regard du récepteur et de son expertise professionnelle. L'accès à l'information source semble donc être un premier paramètre pour rendre traductible le *brief*.

4.3. Contenus inhibants et stratégie de déverrouillage

Notre analyse a également porté sur les contenus des documents apportés par chacun des terrains. Nous avons relevé 3 types d'informations mises à disposition pour les équipes de conception : présentation de l'objet ou du sujet du projet, description d'aspects fonctionnels et/ou de solutions techniques et, présentation de contextes et d'enjeux stratégiques. Nous avons ensuite comparé les différents contenus présents pour chaque terrain avec les versions du *brief* qui ont suivies. L'identification de ces diverses natures d'informations et la façon dont elles ont été transformées dans les versions suivantes met en évidence plusieurs stratégies de conception correspondant finalement à des possibilités de traduction.

On constate notamment, un trait commun à quatre de ces documents : la solution au problème est déjà, implicitement ou explicitement, déterminée dans le *brief* initial. En effet, plutôt que d'exposer le problème au regard des designers et équipes de conception, les documents semblent refermer les possibilités d'explorations et de traductions dans leur solution technique : une application, un site web, un écran tactile, etc. Pour palier à cela, nous relevons parmi les différentes versions qui ont suivi, une approche relevant d'une forme de traduction. Par exemple, les designers du terrain C traduisent, c'est-à-dire réécrivent le *brief* initial, en proposition méthodologique auprès du commanditaire du projet. Il s'agit là d'une stratégie de déverrouillage, qui, selon les participants au séminaire annuel, permet de faire contrepoids face à un *brief* initial présentant déjà la réponse au problème posé. Aussi, et bien que la solution technique ne soit pas formulée de façon explicite dans son *brief* initial, les designers du terrain E vont également soumettre une proposition méthodologique afin de freiner rapidement l'envie chez le commanditaire de circonscrire le projet dans une solution verrouillée. Les retranscriptions montrent que ces propositions méthodologiques visent à rendre malléable le *brief*, en ménageant un espace où chacun des composants du *brief* (mots, discours, visuels, solutions, etc.) pourra être questionné et rendu façonnable.

Par ailleurs, dans le cas d'un *brief* dont les données sont essentiellement techniques (terrain A) on observe une stratégie inverse. Ici, les différentes propositions fournies par le designer sont réalisées sur la base de contraintes techniques et, en ce sens, répondent en tout point à la description faite dans le *brief* initial. Ici, il ne s'agit pas de faire contrepoids, mais de répondre à la demande technique.

Au travers de ces différents cas, nous retrouvons les deux propriétés de la traduction dont parle Benjamin, le traductible et le traduisible. Un *brief* traductible permet de faire sens non pas dans une traduction littérale, univoque et « mot-pour-mot », mais dans une traduction générative d'idées multiples et polymorphes. Au contraire, un *brief* qui est seulement traduisible, centré

exclusivement sur les contraintes techniques par exemple (terrain A) ne laisse pas de possibilité d'exploration, et donc, par extension, de générativité.

4.4. Le traducteur - concepteur : au coeur d'un réseau de coopération

Partant du principe que le *brief* relève d'une situation de communication, notre analyse a également porté sur le rôle des différents interlocuteurs construits à l'intérieur de celle-ci. En effet, comme nous l'avons énoncé brièvement en introduction de cet article, nous considérons le travail du designer, tout comme celui du traducteur, comme dépendant d'une forme de négociation entre diverses parties prenantes. Comme le montre Jean Soubrier et Christian Thuderoz à propos du travail du traducteur, si celui-ci négocie d'abord avec le sens des mots, il a également pour tâche de négocier entre les différents acteurs afférents³³. Faisant ainsi tous deux partis d'un réseau de coopération³⁴, designer et traducteur voient leur travail de traduction influencé par celui-ci.

Dans nos terrains, nous remarquons que ce réseau d'influence se matérialise dans l'énonciation implicite ou explicite de postures³⁵ attendues, le plus souvent, des designers par les commanditaires, mais l'inverse a également été observé. Pour les catégoriser et comprendre la façon dont celles-ci affectent le travail de traduction du designer nous empruntons à Bec Paton et Kees Dorst leur typologie des postures de négociation dans la relation commanditaire-concepteur. Par exemple, dans le mail de *brief* initial du terrain B adressé aux concepteurs, le commanditaire leur confère implicitement le rôle hybride d'expert-technicien : il élabore une liste de critères à respecter concernant une partie du projet renvoyant au rôle de technicien tout en induisant l'appropriation du sujet général en raison de ses contours flous, ceci relevant du rôle d'expert/artiste. Au fil des versions, le commanditaire exprime plus clairement qu'il fait appel à l'expertise des concepteurs : « Please can you continue to rework it, and add your expertise and resend it to me »³⁶. Cependant, en miroir de la posture d'expert attendue des concepteurs, on voit qu'il se positionne lui, en donneur d'ordre, assez proche du technicien. Il porte son intérêt davantage sur le résultat final que sur la façon d'y parvenir. Malgré l'expression d'une volonté de déléguer les savoirs et savoir-faire à un tiers, le commanditaire referme les possibilités d'exploration pourtant ouvertes dans le *brief* initial. La négociation est ainsi réduite du fait du déséquilibre dans la relation commanditaire-prestataire qui relève d'une certaine forme de domination. Le travail de traduction, pour qu'il ait lieu reposera alors sur la capacité des designers à parvenir au résultat, à leur manière, selon leur méthodologie propre.

33 Soubrier, Jean, Thuderoz, Christian, « Traduire, est-ce négocier ? », *Négociations*, 2, 2010, p. 37-57

34 *Ibid.*, p. 45

35 Comme le rappelle Alain Viala (sd), le terme « posture » en son sens premier, « renvoie à la réalité du corps : [...] [elle] est une attitude, une façon de se tenir, de placer son corps, ses membres ». Par extension, la posture est une façon de se positionner par rapport à un sujet en relation à ses autres acteurs. Erving Goffman (1973) parle lui de rôle, que les acteurs adoptent de façon intentionnelle ou non en rapport au rôle qu'il perçoit/construit du locuteur.

36 « Pourriez-vous s'il vous plaît continuer à y apporter des modifications, à y ajouter votre expertise puis me l'envoyer »

Dans un autre terrain (C), on observe une autre posture identifiée par Bec Paton et Kees Dorst, celle de collaborateur. Nous notons les expressions suivantes : « Il convient donc de travailler ensemble », ou encore « L'objectif de cette phase est de définir conjointement », qui expriment la volonté que les deux parties adoptent la même posture et soient impliquées de façon égale dans le projet. Le document, étant rédigé par le prestataire et destiné au commanditaire pour accord avant le lancement du travail, montre ici que le prestataire peut lui aussi requérir au commanditaire de prendre une certaine posture dans le projet. Néanmoins, comme le raconte les participants durant l'analyse initiale, le commanditaire n'a pas adopté cette posture bien que cela fasse partie du contrat. Par habitude d'externaliser des projets, il a eu du mal à sortir du rôle de donneur d'ordre, technicien, s'attendant à déléguer l'entièreté du projet à l'expertise technique des concepteurs, présentés dans le contrat comme facilitateurs. Au-delà des habitudes, on peut également mettre en cause le manque de clarté sur la façon de mettre en œuvre cette collaboration dans le document contractuel.

Ces deux cas nous permettent de comprendre qu'un projet où toutes les parties prenantes tendent à adopter une posture de collaborateur a plus de chance d'être génératif parce qu'il va alors reposer sur une approche négociante de la traduction - conception. En revanche, si l'un des acteurs tend plutôt à agir en technicien, cela peut créer des situations inhibitrices pour la créativité. Or, comme le montre Jean Soubrier et Christian Thuderoz, le travail de traduction repose sur la singularité et l'imagination³⁷ du traducteur, il en est de même pour le travail du designer. Cette contractualisation explicite des postures engagées dans le projet nous semble alors être une composante importante de la négociation qui a lieu dans tout travail de conception - traduction. En ce sens, le mode de relation qui lie les parties prenantes entre elles est clarifié et permet aux designers d'adopter en retour des stratégies de conception - traduction - différentes. Ainsi, la capacité à traduire le sens d'un énoncé verbal ou visuel d'origine ou de concevoir à partir d'un *brief* dépend de formes de négociations induites par les postures prises et projetées par les différents acteurs du projet de conception - de traduction. La qualité de la traduction d'un *brief* repose donc sur le fait de *pouvoir* générer de multiples solutions au sein d'un réseau d'acteurs dont les postures intègrent la négociation, la coopération et non l'assujettissement, l'ordre, ou la commande.

5. Discussion

5.1. Traductibilité des versions

L'analyse nous a permis de mettre en évidence le lien entre le caractère traductible d'un *brief* et la capacité des designers à être génératif. Ainsi, le *brief* initial, proposé par le client, agit comme une source d'informations à partir de laquelle le designer va s'engager dans une activité de traduction - de conception. Il constitue le texte d'origine, que les designers s'approprient pour en traduire l'essence dans une première version. Cette réécriture peut prendre plusieurs formes : proposition méthodologique, moodboard, benchmark, propositions de solutions, etc. La traduction prend ensuite son sens dans la réception et la discussion que fait naître cette

37 Soubrier, Jean, Thuderoz, Christian, Traduire, est-ce négocier ?, *op. cit.*

première version entre le commanditaire et le ou les concepteurs. Alors, le projet peut évoluer. Une fois partagée, la version traduite et discutée, devient un nouveau document source pour les deux parties. Une nouvelle traduction est opérée à partir de celui-ci. Petit à petit, de multiples versions du *brief* initial se construisent, sans toutefois qu'elles puissent être réductibles les unes aux autres. En effet, il ne s'agit pas d'une succession de traductions, ou d'opérations de conception, dont nous pourrions comprendre le sens en revenant à la version précédente. Au contraire, c'est le fait de prendre le *brief* comme un ensemble de traductions possibles qui constitue son caractère génératif. Cette approche de la conception s'oppose à l'approche génétique décrite par Algirdas Greimas et Joseph Courtès qui considèrent que « la genèse d'un objet [est] situé sur la ligne de temps, et [s'accomplit] en une suite de formes successives³⁸ ». Au contraire, comme l'indique Annie Gentès, chacune de ces traductions ont la même valeur, la version considérée comme finale étant celle qui a été jugée comme la plus souhaitable dans le contexte du projet. Chacune d'entre-elles porte des informations, des pistes potentielles que l'on ne retrouve ni dans les versions qui les précèdent, ni dans celles qui les succèdent. Chacune est aussi importante et peut constituer un nouveau matériel d'origine. La générativité découle ainsi de la capacité d'un *brief* initial à être versionable - traductible.

5.2 Traduction négociante et générativité

Considérer le *brief* dans sa « versionnabilité » est ainsi un premier paramètre pour saisir son caractère génératif. Cependant, l'énoncé d'origine ou les versions qui suivent ne sauraient être décorrélés du système d'acteurs dans lequel ils prennent place. Dans notre analyse nous avons mis en évidence un autre point essentiel liant la pratique de la traduction à celle du design, celui de négociation. Partant d'attentes divergentes, celle-ci tend vers l'explicitation des écarts d'interprétations et contribue à faire émerger un espace d'attentes partagées. Au contraire de la négociation souvent définie comme relevant d'un conflit et menant à un compromis, les auteurs montrent que le traducteur - le concepteur - négocie pour réduire un écart entre une variété de solutions possibles, et non contradictoires, conflictuelles.

Lors de ce processus de négociation, le concepteur prend parti en opérant des choix et en évaluant « les pertes et les gains procurés par tel ou tel choix de traduction, et décider d'une option jugée avantageuse »³⁹. La traduction qu'opère le concepteur ne signifie pas qu'il y en ait une bonne et d'autres mauvaises, mais que ce choix de traduction - de conception- est jugé préférable⁴⁰ à un instant T. Ce choix, dépendant de la négociation, correspond alors à une solution que les parties prenantes considèrent mutuellement comme acceptable. Notre analyse montre que la circulation des versions - des itérations de traduction - entre les divers acteurs permet à chacun d'adopter une posture collaborative et d'entrer dans ce processus de négociation. Il résulte alors la construction d'un référentiel commun en terme de terminologie

38 Greimas, Algirdas Julien, Courtès, Joseph, *Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette, 1979, p. 36.

39 Soubrier, Jean, Thuderoz, Christian, *Traduire, est-ce négocier ?*, *op. cit.*, p. 42

40 *Ibid.*, p. 54

et/ou de raisonnement⁴¹, ce référentiel permettant l'émergence de cet espace d'attentes partagées.

De plus, comme l'avancent Jean Soubrier et Christian Thuderoz : « Les choix de traduction ne sont jamais définitifs ; ils ouvrent toujours la voie à d'incessantes modifications ; celles-ci peuvent être qualifiées de “renégociations” »⁴². Dans les projets de design, ces renégociations représentent les choix de conception qui donnent naissance aux nouvelles versions du projet. La générativité résulte alors du processus de négociation à l'oeuvre dans chaque opération de conception qui fait que l'énoncé d'origine, ou déjà versionné, « échappe toujours à son auteur ; il offre une infinité de lectures et de traductions possibles »⁴³. Dès lors, plutôt que d'opérer une traduction fidèle relevant d'une sorte d'activité de transcodage, le concepteur va davantage s'intéresser au but recherché dans le *brief* pour la langue cible quitte à s'affranchir de l'énoncé, verbal ou visuel, source. Sa traduction ne va ainsi pas forcément avoir de rapport direct avec le brief d'origine mais produira le même effet⁴⁴ dans la mesure où la traduction se fait pour et avec le commanditaire. La traduction du brief se fait ainsi toujours en fonction de l'effet recherché par les récepteurs du brief, à la fois le commanditaire mais aussi le designer. Nous rejoignons ici la théorie du Skopos où le traducteur va assumer « un rôle actif dans le processus de recréation du texte original »⁴⁵ en recherchant avant tout l'effet sur les récepteurs du texte.

5.3 Le *brief* en tant qu'appareil ou dispositif

C'est cet intérêt pour le contexte de réception du brief qui permet à chaque traduction de renouveler les possibilités de création, ce que nous avons nommé une générativité. L'analyse nous a ainsi montré de quelle manière cette générativité est rendue possible selon que le *brief* tende plutôt à être traductible ou traduisible. Nous souhaitons enrichir cette différence que fait Benjamin concernant la traduction en considérant, pour la conception, la question du brief sous le prisme des notions d'appareil et de dispositif.

Nous reprenons la lecture qu'Anthony Masure⁴⁶ fait de la notion d'appareil chez Pierre-Damien Huyghe. Il montre que l'appareil, à la différence du dispositif, est caractérisé par un temps propre qui n'est pas contrôlable. Ce temps est, en retour, une possibilité offerte à celui qui interagit avec l'appareil, d'ouvrir des possibles parfois contradictoires. Ainsi, le *brief*, pensé en tant qu'appareil pourrait supporter cette traductibilité qui permet au texte d'être interprété de plusieurs façons. En prenant l'exemple de l'appareil photographique, Pierre-Damien Huyghe montre que le temps nécessaire de pose est spécifique à chaque appareil, et non contrôlable. C'est cette part d'imprévu qui permet au photographe d'entrer en conversation, ou pourrait-on dire, en négociation avec l'appareil photographique. Cette négociation mène le photographe à

41 Schön, Donald A., *The reflective practitioner: How professionals think in action*, op. cit.

42 Soubrier, Jean, Thuderoz, Christian, *Traduire, est-ce négocier ?*, op. cit., p. 44

43 *Ibid.*, p. 45

44 *Ibid.*, p. 48

45 *Ibid.*, p. 51

46 Masure, Anthony, *Le design des programmes : des façons de faire du numérique*, op. cit.

interagir avec lui sous le mode de la manoeuvre : il fait le choix conscient de chacune des actions qu'il entreprend avec celui-ci, de même que le concepteur fait des choix de traduction. Pierre-Damien Huyghe montre également que l'appareil « contient une dimension d'étrangeté, une distance que la technique se donnerait par rapport à l'opérateur⁴⁷ ». Or, n'est-ce pas ce que Benjamin revendique comme relevant de la traductibilité lors qu'il déclare :

« Mais ce qui dans une œuvre littéraire vient en sus de la communication — et même le mauvais traducteur reconnaîtra que c'est là l'essentiel — n'est-il pas universellement reconnu comme l'insaisissable, le mystérieux, le « poétique » ? Ce que le traducteur ne peut restituer qu'en se faisant lui-même écrivain ? »⁴⁸.

Ce rapprochement entre la notion d'appareil et celle de la traductibilité d'un *brief* pourraient ainsi être liées sur le plan de la générativité : se faire écrivain revenant pour le concepteur à se faire lui-même quelque part commanditaire. Ainsi, en tant qu'appareil, le *brief* porterait une part d'étrangeté qui permettrait au designer d'entrer en conversation - en négociation - avec lui pour envisager des pistes de traduction possibles. Ces pistes visant à re-produire le même effet dans la langue cible que dans la langue source, et tenant compte du fait que les caractéristiques propres à chaque langue ne permet pas de correspondance univoque⁴⁹. Cette part de non-su et d'imprévu, propre au *brief* pensé comme appareil, donne la liberté au designer de mesurer son niveau de traductibilité.

De plus, comme le montre Anthony Measure, « contrairement au temps des dispositifs soumis au pouvoir et à l'économie, l'appareil est ce qui peut échapper à l'économie et à une rentabilité directe⁵⁰ » du projet. Ainsi, il autorise les concepteurs à abandonner la posture de technicien au profit de celle de collaborateur. Ils entrent alors dans le même mode de relation que le photographe avec son appareil, celui de la manoeuvre : ils se rendent capables d'organiser et de réorganiser de façon générative le *brief*. À l'inverse, un *brief* développé comme un dispositif affecterait les paramètres du *brief* énoncés plus haut, en les rendant inhibiteurs. La question reste alors de savoir si le *brief* est ainsi construit par leurs auteurs ou si celui se joue à leur insu ? Un point que nous n'avons pas analysé pu et qui mériterait de consacrer une étude au moment de l'écriture même du *brief*.

6. Conclusion

Le lien que nous établissons entre la traductologie et le design nous permet, dans cet article, d'observer ce qui dans un *brief* de conception tient de la générativité. Plus particulièrement nous nous sommes intéressés à la dimension médiatique et communicationnelle du *brief*. Ainsi, nous avons pu observer que selon la nature des informations qu'il portent et les caractéristiques de la situation de communication au sein de laquelle il circulent, le *brief* engendre des potentiels

47 *Ibid.*, p. 270

48 Benjamin, Walter, « La tâche du traducteur », *op. cit.*, p.150

49 Soubrier, Jean, Thuderoz, Christian, Traduire, est-ce négocier ?, *op. cit.*

50 *Ibid.*, p. 272

de traduction différents pour les designers. Certains contenus, tel que, par exemple, l'énonciation d'une seule solution technique possible, représente une caractéristique inhibitrice pour l'activité de design. Le concepteur doit alors mettre en place des stratégies de déverrouillage pour amener dans le projet de la malléabilité et la possibilité de pouvoir s'affranchir du sens initial univoque de celui-ci. Nous montrons dès lors qu'un *brief*, qui est de prime abord seulement traduisible, peut être détourné de manière à devenir traductible - ou « versionable ». Cette dimension ne relève cependant pas seulement des contenus et types d'informations présents dans l'énoncé d'origine ou versionné, elle dépend également de la posture que les acteurs voudront bien prendre, consciemment ou non. Ainsi, le caractère médiatique du *brief* implique qu'il est au coeur d'un réseau d'acteurs ayant des lectures et attentes diverses. Aussi, le fait de modeler le contexte communicationnel des différentes versions du *brief* sous le format de la collaboration permet au designer de faire entrer dans une forme de traduction négociante toutes les parties prenantes du projet. La question est alors de savoir comment inviter les acteurs à se défaire du *brief* en tant que dispositif inhibant, pour, au contraire, l'accepter comme appareil génératif dont ils sont partie intégrante.

En outre, pour comprendre plus finement les paramètres traductibles de cet appareil génératif qu'est le *brief*, il nous faudrait procéder à une analyse sémio-pragmatique d'un échantillon plus large. Ceci nous permettrait notamment de nous saisir des effets qu'ont sur la générativité les registres de discours, les thèmes, les structures narratives et les figures de styles présentés dans ceux-ci. Le concept de traduction négociante, appliqué au *brief*, amène *in fine* à interroger les conditions d'évaluation même du projet. En filigrane de notre analyse, la générativité est apparue comme n'étant pas un critère nécessairement opératoire, au même titre que peuvent l'être des dimensions budgétaires ou temporelles. Si la générativité n'est pas un critère de réussite commun d'un projet pour toutes les parties prenantes, alors dans quelles situations pouvons-nous la penser comme telle ?

Bibliographie

Benjamin, Walter, « La Tâche du traducteur », dans *Œuvres*, tome I, Paris, Gallimard, coll. Folio, trad. fr. Maurice de Gandillac, 2000.

Charaudeau, Patrick, « De la situation de communication au contrat de communication », dans Charaudeau, Patrick, Goldberg, Michel (dir.), *La médiatisation des savoirs scientifiques*, Université La Rochelle, 2015.

Falcão, Gonçalo, Almendra, Rita, « The end of the “briefing” and “the client” in graphic design. », *The Design Journal*, vol. 20. sup1, 2017, p. S1405-S1414.

Gentès, Annie, « De la traduction comme médiation et création interlinguistique des interactions humaines », *Revue des Interactions Humaines Médiatisées*, vol. 10, 1, 2010, p.3-26

Gentès, Annie, *The In-Discipline of Design: Bridging the Gap Between Humanities and Engineering*, Gewerbestrasse, Springer International Publishing, Design research foundations, 2017, p. 20.

Jauss, Hans Robert, *Pour une esthétique de la réception*, Allemagne, Gallimard, coll. Bibliothèque des Idées, trad. fr. Claude Maillard, 1978.

Koutamanis, Alexander, « Briefing and Building Information Modelling: Potential for integration. », *International Journal of Architectural Computing*, vol. 15, 2, 2017, p. 119-133.

Krogh, Peter Gall, Koskinen, Ilpo, *Drifting by Intention : Four Epistemic Traditions from within Constructive Design Research*, Gewerbestrasse, Springer International Publishing, Design research foundations, 2020.

Masure, Anthony, *Le design des programmes : des façons de faire du numérique*, Thèse de doctorat, Paris, Paris I Panthéon-Sorbonne, 2014, p. 311.

Paton, Bec, Dorst, Kees, « Briefing and reframing: A situated practice. », *Design Studies*, vol. 32, 6, 2011, p. 573.

Reiss, Katharina, Vermeer, Hans Jospeh, *Towards a General Theory of Translational Action : Skopos Theory Explained*, Manchester, St Jerome Publishing, 2013.

Schön, Donald A., *The reflective practitioner: How professionals think in action*, New York, Basic Books, 1983.

Soubrier, Jean, Thuderoz, Christian, « Traduire, est-ce négocier ? », *Négociations*, 2, 2010, p. 37-57.

Tomes, Anne, Oates, Caroline, Armstrong, Peter, « Talking design: negotiating the verbal–visual translation », *Design Studies*, vol. 19, 2, 1998, p. 127-142.

Zingale, Salvatore, « Design as translation activity: a semiotic overview », dans *Proceedings of DRS2016 : Design + Research + Society - Future-Focused Thinking*, vol.3, Londres, eds. Llyod, Peter, Erik Bohemia, 2016, p. 1061-1072.