



HAL
open science

Le tournant design face à la communication : Inscriptions socio-économiques, défis théoriques et nouveaux enjeux

Fabien Bonnet, Fabienne Martin-Juchat

► To cite this version:

Fabien Bonnet, Fabienne Martin-Juchat. Le tournant design face à la communication : Inscriptions socio-économiques, défis théoriques et nouveaux enjeux. *Approches Théoriques en Information-Communication*, 2022, N°4 (1), pp.5 - 10. 10.3917/atic.004.0005 . hal-04532892

HAL Id: hal-04532892

<https://hal.science/hal-04532892>

Submitted on 4 Apr 2024

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.

Bonnet, F., & Martin-Juchat, F. (2022). Le tournant design face à la communication : Inscriptions socio-économiques, défis théoriques et nouveaux enjeux. *Approches Théoriques en Information-Communication (ATIC)*, 4(1), 5-10. <https://doi.org/10.3917/atic.004.0005>

Le tournant design face à la communication : Inscriptions socio-économiques, défis théoriques et nouveaux enjeux

Fabien Bonnet (Cimeos, Université de Bourgogne), Fabienne Martin-Juchat (Gresec, UGA)

Depuis une dizaine d'années, l'institutionnalisation des pratiques de design est apparue comme une forme de réponse apportée dans les organisations à des injonctions toujours formulées en termes de compétitivité et d'innovation. En 2021, en France, selon la Banque Publique d'Investissement (BPI) «Le design serait le levier de la compétitivité»¹. Ces pratiques seraient caractérisées par une forme de réflexivité (Schön, 1983), laquelle trouve une forme d'expression marquante dans la richesse des travaux de recherche développés à l'échelle internationale dans le cadre des Design Studies et, en France, avec une ambition épistémologique marquée, dans celui des Sciences du Design (Vial & Findeli, 2015). Mais que ce soit en termes de complexité des projets à mener (Buchanan, 1992), en termes de signification attribuée par les publics à ce projet (Krippendorff, 2005 ; Verganti, 2008) ou en termes d'amélioration de l'« habitabilité du monde » (Findeli, 2010), ces travaux semblent témoigner d'une même intention de renouveler les processus de conception en particulier par des approches centrées sur les usagers, lesquelles pourront même être envisagées, en contexte organisationnel, en termes de management des parties prenantes.

Les pratiques design — disons les designs (design graphique, scénique, management, d'objets, etc.) — permettraient de mieux prendre en compte les problèmes rencontrés, les attentes, dont celle de l'utilisateur, son besoin social d'engagement, en lui proposant, à des degrés divers, d'être acteurs des projets (Berrebi-Hoffman, Bureau & Lallement, 2018 ; Özdirlik & Pallez 2017). Partant d'une prise en compte des dimensions sociale et anthropologique, les projets développés dans le cadre de ce type de démarche seraient en mesure de « mieux » configurer notre environnement, la vie privée, professionnelle et publique et, à ce titre, les sociétés modernes dans leur ensemble. Porteurs de ces dimensions à la fois collaborative et utopique, ils seraient davantage porteurs d'innovations, assurant notamment des fonctions de communication. (Darras, Vial, 2017 ; Bonnet, Mitropoulou, Wilhelm, 2019).

Alors que le design n'est plus cantonné à la conception de produits industriels, la part croissante du secteur tertiaire dans les économies occidentales peut représenter un élément de contexte favorable à sa pratique en organisation. Dans ce contexte, l'intérêt pour le design peut être lié à sa capacité à mobiliser et à produire des médiations symboliques pour expliciter les projets et tenter de faire coopérer différents types de parties prenantes, et notamment les usagers, autour de la conception de divers artefacts : objets, technologies, services envisagés eux-mêmes comme des médiateurs, voire comme des acteurs partenaires de nouvelles expériences à forte valeur ajoutée, notamment au plan affectif. (Martin-Juchat, 2008) Aussi, ce travail des designers ne peut être uniquement appréhendé comme une réponse à une injonction économique, celle qui viserait à augmenter la « désirabilité » des dispositifs produits. Il se doit

¹ <https://www.bpifrance.fr/A-la-une/Dossiers/Le-design-un-levier-de-competitivite>

d'être analysé dans une perspective plus complexe que celle de dimension utilitariste. Souvent résumé à une logique de « ré-enchantement » de la communication (Stiegler, 2014/2008), ce design de l'émotion s'appuierait sur un travail particulier des matérialités, proposant et revendiquant une articulation spécifique des dimensions objectales, normatives et sémiotiques à travers lesquelles Christian Le Moëne a pu aborder les activités de conception dans leur ensemble (Delcambre & Gallot, 2021), au-delà du ré-enchantement ou même d'une possible ingénierie symbolique (Floris, 2001) qui ne relèverait que de l'esthétisation, ce design gagne à être interrogé à travers les dynamiques sociales qu'il implique, propose et encadre. En effet, les dispositifs et services conçus par des équipes intégrant des designers sont souvent présentés à l'aune des médiations symboliques qu'ils permettent, qu'ils facilitent et dont ils sont eux-mêmes issus. La question est bien de savoir si le travail sur ces médiations autour des artefacts et de leur conception construit ou non des changements dans les jeux d'acteurs, dans le sens attribué à leurs activités au cœur des projets. Médias, médiations, dispositifs symboliques : autant de concepts que les sciences de l'information et de la communication se sont attelées à interroger depuis leurs origines et leur institutionnalisation. Ces concepts sont-ils à actualiser, à revisiter dans ce contexte de déploiement des « objets » fruits du travail des équipes intégrant des designers ?

Dans cette perspective, il nous importe dans ce dossier d'observer la diffusion des pratiques de design dans des contextes qui dépassent le secteur de l'industrie pour atteindre d'autres champs d'activité, notamment à travers l'essor des industries dites créatives (Berrebi-Hoffman, Bureau & Lallement, 2018). Ce projet vise alors à se positionner par rapport aux revendications concernant une possible adaptation aux particularités anthropologiques et socio-psychologiques des usagers, laquelle doit être analysée au regard des pratiques et des modèles théoriques développés en sciences de l'information et de la communication. (Miège, 2017 ; Bonnet, Mitropoulou, Wilhelm, 2019).

Il est nécessaire de noter que ce type d'approches a été revendiqué dès les années 80 par des courants de recherche centrés usagers qui ont affiné les modèles d'analyse des usages et des pratiques des dites « Nouvelles Techniques de l'Information et de la Communication » (Barcenilla, Bastien, 2009 ; Paquienséguy, 2019). Cette perspective dont se saisit le design pousse les acteurs et les auteurs de ce numéro à tenter de considérer les usagers, mais aussi les autres parties prenantes des projets, dans leur complexité. Cette ambition implique de prendre en considération différents degrés d'intégration, d'assignation et de normalisation, que ce soit au niveau des profils d'acteurs, des dispositifs ou des pratiques impliqués (Andonova, 2015, 2019 ; Lépine, 2015, 2018 ; Bouillon & Galibert, 2021). L'articulation de ces différents niveaux, spécificité d'une approche en SIC, permet de révéler la complexité des dynamiques de projet étudiées.

L'analyse des manières sensibles, tacites, corporelles de construire des relations avec les usagers dans les pratiques de conception et de management de projets, parfois *via* de nouvelles matérialités techniques, représente une contribution nécessaire à la compréhension des économies contemporaines ainsi qu'à l'évolution des modèles de relations aux publics (Polanyi, 2009). Avons-nous les modèles théoriques pour penser ces évolutions ? Comment ces dernières s'inscrivent-elles, dans des perspectives théoriques fondatrices : théories critiques, modèles de relations publiques, approches communicationnelles des organisations, anthropologie par la communication affective, approches constitutives des organisations ?

Les démarches de design, dans leur diversité et dans leur affirmation commune, notamment quand est formulée une revendication de « co-design », préfigurent-ils une réelle

prise en compte de la variété des parties prenantes ? Ou gagnent-elles plutôt à être considérées à l'aune de la radicalisation de logiques de rationalisation, d'industrialisation et de scénarisation de « l'utilisateur » à des fins de rentabilité économique (Martin-Juchat, Staii, 2016). Un positionnement à ce propos peut nous permettre de mesurer le potentiel de renouvellement des pratiques, des acteurs et des processus d'innovation ? Les propositions théoriques issues des recherches en SIC, comme celles analysant la démarche du design à l'intersection du design d'artefact et de relation (Zacklad, 2017) ou positionnant le design dans l'interstice entre les humanités et l'ingénierie (Gentes, 2017), sont-elles susceptibles de faciliter le travail interdisciplinaire dans les projets de conception et en particulier d'éclairer la coopération entre sciences du design et sciences de l'information et de la communication ?

Les orientations de recherche développées pour ce premier recueil de contributions confirment la nécessité d'articuler trois échelles d'observation (micro, méso, macro) et de proposer une articulation entre orientations théoriques et empiriques.

Force est de constater que les pratiques présentées en termes de design dans les organisations tendent à configurer de nouvelles formes de médiations impliquant la circulation de formes conçues à cet effet, souvent caractérisées par leur matérialité et leur charge symbolique. Ces médiations/médiatisations favorisent-elles ou non des interactions jusque-là non permises ? Telle est selon nous la question. À travers leurs deux contributions, Estelle Berger et Marie-Julie Catoir-Brisson mettent en évidence la construction de niveaux de coopérations inédits autour d'écritures, de dialogues et narrations. Ces dimensions inter-acteurs et inter-secteurs des médiations co-construites au sein des dynamiques projets demandent à être modélisées tel qu'elles le proposent.

De surcroît, l'ensemble de ces productions symboliques, fruit des projets menés avec l'appui du design, semble configurer de nouvelles logiques médiatiques, ce qui peut être éclairé par un retour sur l'évolution des travaux de recherche consacrés à la question des médias. Annie Gentes nous donne à lire cette évolution à l'échelle aussi bien nationale qu'internationale.

Cette mise en perspective permet de mettre en évidence le fait que les « matériaux » mobilisés par le design gagnent à être considérés en tant que médias pour mettre en évidence leur complexité kinesthésique, esthétique et esthétisme, complexité essentielle pour leur capacité mobilisatrice. Ainsi mises en perspective, les questions ouvertes par le design se trouvent liées à celles de l'engagement, de l'adhésion, de la captation de l'attention, de la mobilisation du corps et des émotions des usagers, questions qui nous sont familières. Les designers peinent à justifier ces dimensions qui pourtant incarnent leur quotidien tel que le souligne Niklas Henke dans son article fruit de sa recherche doctorale. Amélie Tehel se saisit également de cette logique de l'affect en soulignant la façon dont ces démarches d'intégration des usagers dans la conception de prothèses pour des personnes en situation de handicap relève, dans son potentiel d'encapacitation, du paradigme du soin.

Les enjeux de co-conception, de « co-design » sont des domaines de recherche à part entière et interrogent les pratiques de communication en organisations. Les articles de Sylvie Grosjean et d'Amélie Coulbaut-Lazzarini développent en particulier la manière dans des approches centrées usagers, *via* les dynamiques de participation des usagers, questionnent les rôles et les statuts négociés de ces derniers. L'article de Smail Khainnar souligne que les démarches design reconfigurent par ailleurs les temporalités de la gestion des projets en particulier dans les domaines organisationnels culturellement marqués par la rationalité des métiers de l'ingénierie.

Bibliographie

- Andonova, Y. (Éd.). (2015). Les enjeux de l'information et de la communication, 16/3B, « Approche critique des injonctions à la créativité : Relations entre secteur culturel et monde du travail industriel ». <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2015/articles-revue/publication-supplement-2015-b-approche-critique-injonctions-a-creativite-relations-entre-secteur-culturel-monde-travail-industriel/>
- Andonova, Y. (2019). *Communication, travail et injonctions à la créativité*. Mémoire d'habilitation à diriger les recherches en sciences de l'information et de la communication. Université Bordeaux Montaigne.
- Barcenilla, J., & Bastien, J. (2009). L'acceptabilité des nouvelles technologies : quelles relations avec l'ergonomie, l'utilisabilité et l'expérience utilisateur ? *Le travail humain*, 311-331. <https://doi.org/10.3917/th.724.0311>
- Berrebi-Hoffmann, I., Marie-Christine, B., & Lallement, M. (2018). *Makers : Enquête sur les laboratoires du changement social*. Paris : Éditions du Seuil.
- Borja de Mozota, B. (2018). Quarante ans de recherche en design management : une revue de littérature et des pistes pour l'avenir. *Sciences du Design*, 2018/1, n°7, 28-45. <https://doi.org/10.3917/sdd.007.0028>
- Bouillon, J.-L. & Galibert, O. (Éds.) (2021), Approches théoriques en Information-Communication, 2021/2, n°3, Rationalisation(s) : entre critique et émancipation. <https://doi.org/10.3917/atic.003.0005>
- Buchanan, R. (1992). Wicked Problems in Design Thinking. *Design Issues*, 8 (2), 5. <https://doi.org/10.2307/1511637>.
- Darras, B., & Vial, S. (Éds.). (2017). MEI (Médiation et Information). *Design et communication*, 40.
- Bonnet, F., Mitropoulou, E., & Wilhelm, W. (Éds.). (2019). Design et fonction communication : Rencontre et esquisses paradigmatiques autour de la relation au public. *Interfaces numériques*, 1 (19). <https://doi.org/10.25965/interfaces-numeriques.3723>
- Delcambre, P., & Gallot, S. (Éds.). (2021). *Communications organisationnelles : Comprendre et discuter les propositions théoriques de Christian Le Moëne*. <https://org-co.fr/publication-communications-organisationnelles-comprendre-et-discuter-les-propositions-theoriques-de-christian-le-moenne>
- Findeli, A. (2010). Searching For Design Research Questions: Some Conceptual Clarifications. In R. Chow, W. Jonas, & G. Joost, *Questions, Hypotheses & Conjectures: discussions on projects by early stage and senior design researchers* (pp. 286-303). iUniverse éd.
- Floris, B. (2001). Communication et gestion symbolique dans le marketing. *Les enjeux de l'information et de la communication*, 2001/1, 49-61.
- Gentes, A. (2017). *The In-Discipline of Design : Bridging the Gap Between Humanities and Engineering*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-65984-8>
- Krippendorff, K. (2005). *The Semantic Turn: A New Foundation for Design*. Boca Raton : CRC Press.

- Lépine, V. (2015). Mesures et évaluation de la communication interne : Quelles pratiques et quels enjeux ? *Sociologies pratiques*, 30, 53-61. <https://doi.org/10.3917/sopr.030.0053>
- Lépine, V. (2018). *Communications organisationnelles et managériales : Dynamiques de professionnalisation et enjeux de normalisation, valuation, évaluation*. Mémoire d'habilitation à diriger les recherches en Sciences de l'Information et de la Communication. Université Grenoble Alpes.
- Martin-Juchat, F. (2008), *La chair éprouvée par les médias et les espaces sociaux*, Bruxelles, De Boeck.
- Martin-Juchat, F., & Staii, A. (2016). *L'industrialisation des émotions. Vers une radicalisation de la modernité ?* Paris : L'Harmattan.
- Miège, B. (2017). *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*. Grenoble : PUG.
- Özdirlik, B., & Pallez, F. (2017). Au nom de l'utilisateur : co-concevoir la relation au public dans une mairie. *Sciences du Design*, 5, 69-84.
- Paquien-séguy, F. (2019). L'usage, de l'appropriation au design. *Ocula*, 20. <https://doi.org/10.12977/ocula2019-9>.
- Polanyi, M. (1966/2009). *The Tacit Dimension*. London : UCP (1st Ed. 1966).
- Stiegler, B. (2014). *The Re-Enchantment of the World. The Value of Spirit Against Industrial Populism*. Trad. Arthur Trevor. London : Bloomsbury Academic (1st Ed. 2008).
- Schön, D. A. (1983). *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action*. NY : Basic Books.
- Vial, S., & Findeli, A. (Éds.). (2015). Quelles sciences du design ? *Sciences du Design*, 1.
- Verganti, R. (2008). Design, Meanings, and Radical Innovation: A Metamodel and a Research Agenda. *Journal of Product Innovation Management*, 25(5), 436-56. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2008.00313.x>.
- Zacklad, M. (2017). Design, conception, création vers une théorie interdisciplinaire du design. In *Wikicréation*. <https://wikicreation.fr/interdisciplinarite-et-creation/>