

*Stéphane Vial*

## Le geste de design et son effet : vers une philosophie du design

### Résumé

La philosophie du design que nous appelons de nos vœux peut s'entendre comme une double recherche : poïétique et esthétique. Du point de vue poïétique, c'est-à-dire du point de vue du projet en train de se faire, le geste de design se présente chez le designer comme un processus créatif singulier reposant sur une boucle de co-détermination infinie entre le savoir-penser et le savoir-modéliser, et constituant une forme propre de culture. Du point de vue esthétique, c'est-à-dire du point de vue du projet en train de se vivre, l'effet de design se présente pour l'usager comme un retentissement phénoménologique en trois dimensions : ontophanique, callimorphique, socioplastique.

*« Art makes questions. Design makes solutions ».*

John Maeda<sup>1</sup>

De nos jours, il est assez rare de voir sortir un projet d'architecture sans qu'il soit immédiatement qualifié de « geste architectural ». La formule fait généralement le succès des communiqués de presse et des titres de journaux. Par là, on entend le mouvement créateur par lequel un architecte donne naissance à un lieu, un espace, un bâtiment. Souvent, c'est même pour désigner le résultat de ce mouvement, à savoir ce lieu, cet espace, ce bâtiment, qu'on parle de « geste architectural ». Comme si ce lieu, cet espace, ce bâtiment – avant d'être un lieu, un espace, un bâtiment – était d'abord une œuvre, une œuvre de l'esprit. Et c'est cette œuvre de l'esprit qu'on admire lorsqu'on parle de « geste architectural ». Il faut dire que le terme a quelque chose de majestueux. Il convoque l'imaginaire divin du démiurge, ce Grand Architecte qui donne forme à l'univers, à l'image de ce « geste du doigt » par lequel Dieu donne vie à Adam, sur la célèbre fresque de Michel-Ange. Le « geste architectural », c'est donc la mise en forme démiurgique de l'espace terrestre.

Néanmoins, au-delà de l'idéalisation, la formule renvoie aussi à l'idée d'une habileté créatrice qui serait propre au travail de l'architecte. Le « geste architectural » ne serait alors qu'un cas particulier du « geste artistique » en général, considéré comme acte d'habileté créatrice. La même idée se retrouve dans la formule inattendue de « geste chirurgical ». Certes, le geste chirurgical est un geste au sens propre, celui du mouvement minutieux de la main dans les entrailles, mais la même idée d'habileté

créatrice est présente : dans une intervention chirurgicale, la *technè* du chirurgien, mi-artisan mi-artiste, est essentielle. L'idée de « geste » est donc généralement l'idée d'habileté créatrice.

Dès lors, la question posée dans cet article est simple : peut-on qualifier le travail du designer en termes de « geste » ? Existe-il une espèce particulière d'habileté créatrice qui serait propre au designer ? En un mot, peut-on parler de « geste de design » ? À vrai dire, depuis la parution de notre *Court traité du design*<sup>2</sup>, première étape d'un effort de recherche dans le but de tracer une ligne de démarcation claire entre design et non-design, tout notre travail repose sur le postulat d'une réponse affirmative à cette question. Par conséquent, dans cet article, nous tenterons de répondre aux questions suivantes : qu'est-ce qu'un « geste de design » ? En quoi consiste-t-il et quel effet produit-il ? Qu'est-ce qui le caractérise en propre et qu'est-ce qui le différencie d'un « geste artistique » ? Pour cela, nous développerons et préciserons les hypothèses annoncées dans notre *Court traité du design*, en intégrant une partie des résultats de notre thèse de doctorat, récemment soutenue<sup>3</sup>. Notre proposition théorique sera la suivante : un « geste de design » consiste à engendrer un « effet de design », concept qui sera ici actualisé et approfondi.

#### LA PHILOSOPHIE DU DESIGN, ENTRE POÏÉTIQUE ET ESTHÉSIQUE

2

En 1937, au Collège de France, Paul Valéry devient titulaire de la chaire de *Poétique*, créée pour lui. Par ce mot, forgé à partir du grec *poiësis* (ποίησις, « création, fabrication »), Valéry entend « tout ce qui a trait à la création et à la composition d'ouvrages dont le langage est à la fois la substance et le moyen »<sup>4</sup>. La poétique, c'est l'idée d'étudier la genèse du poème en tant que processus créatif. De là vient le concept plus général de *poïétique*, théorisé par René Passeron (1971, 1989) et repris par le psychanalyste Didier Anzieu (1981) ou encore le sémiologue Jean-Jacques Nattiez (1987). Pour Passeron, « La poïétique n'a aucune raison de se limiter aux arts du langage »<sup>5</sup>. Son objet, c'est « l'œuvre en train de se faire ». C'est pourquoi, dès 1971, Passeron propose « d'élargir la position de Valéry à tous les arts », voire à « toutes les œuvres de l'homme »<sup>6</sup>. Ainsi voit le jour la poïétique « comme science et comme philosophie de la création »<sup>7</sup>.

À vrai dire, souligne Passeron, « La poïétique existe depuis longtemps, mais elle se cache, comme un élément dilué, inavouable, à l'intérieur de l'esthétique générale »<sup>8</sup>. Du grec *aisthêsis* (αἴσθησις, « perception, sensation »), l'esthétique signifie depuis Hegel la science du beau et, plus généralement, la science de l'art. Pour que « soit enfin reconnue l'autonomie de la poïétique comme science et comme philosophie de la création »<sup>9</sup>, il faut donc ramener l'esthétique à son sens restreint, celui d'une science de la sensation et de la perception. D'où la série de définitions suivantes.

Première série :

« L'esthétique consacre donc son étude à la perception émotionnelle, quel que soit l'objet qui la frappe, l'art ou la nature. »<sup>10</sup> ; « Appelons poïétique l'ensemble des études qui portent sur l'instauration de l'œuvre, et notamment de l'œuvre d'art »<sup>11</sup>.

Deuxième série :

« Bref la poïétique est la promotion philosophique des sciences de *l'art qui se fait* : pour elle, par exemple, la peinture est un phénomène d'atelier. Inversement, l'esthétique est la promotion philosophique des sciences de l'art qui se consomme (la peinture y est un phénomène de galerie, de musée, de lieu public) »<sup>12</sup>.

Autrement dit, on peut considérer la poïétique comme l'étude des phénomènes de création et de production, tandis que l'esthétique est l'étude des phénomènes de perception et de réception. Dans cette perspective, afin d'éviter toute ambiguïté avec les usages classiques, il est préférable d'adopter la formulation sémiotique de Jean-Jacques Nattiez (1987), qui distingue entre processus poïétiques (*poietic processes*) et processus « esthésiques » (*esthesis processes*)<sup>13</sup>. Ce dernier terme a l'avantage de se dégager de la question du beau (que nous préférons désigner par le terme « callimorphique ») pour se recentrer sur la question de la perception.

Dès lors, ce que nous proposons dans cet article, c'est d'élargir encore la perspective, en étendant le domaine de la *poïétique* et de *l'esthésique* jusqu'aux productions du design. Cet élargissement permet de délimiter de manière fructueuse le périmètre possible de la philosophie du design. On peut alors la définir, d'un côté, comme l'étude du design en tant que processus poïétique et, de l'autre, comme l'étude du design en tant que processus esthésique. L'objet de la poïétique du design, c'est *le projet en train de se faire* (le design comme phénomène d'atelier), tandis que l'objet de l'esthésique du design, c'est *le projet en train de se vivre* (le design comme phénomène-du-monde). La première implique l'étude de la fonction cognitive (*design cognition*) et de la fonction affective (*design affects*) des designers<sup>14</sup>, sans oublier la dimension relationnelle qui associe dans un projet le designer à une multitude d'acteurs (*design actors*). La seconde implique l'étude du retentissement social du design en tant que phénomène culturel<sup>15</sup>, mais surtout son retentissement phénoménologique en tant que phénomène-du-monde (*design perception*)<sup>16</sup>, ce que nous appelons « l'effet de design » dans ses trois dimensions : *callimorphique*, *socioplastique* et *ontophanique*.

Le champ d'une philosophie du design ainsi définie (*design philosophy*) ouvre la voie à une nouvelle dynamique de recherche en design (*design*

*studies*) dans laquelle la pensée française, dont la tradition critique est l'une des plus importantes de l'histoire de la philosophie occidentale, a le devoir de s'illustrer dans l'avenir, afin de rivaliser (enfin) avec la recherche internationale en design (*design research*). Et bien que nous lui donnons ici le nom de *philosophie*, cette nouvelle dynamique de recherche implique un large éventail d'approches en sciences humaines et ne saurait bien entendu être le monopole d'une discipline plutôt qu'une autre, en raison de la nature même du design comme « discipline totale »<sup>17</sup>. Ouverte sur les sciences sociales comme sur les sciences de la nature, elle doit aboutir à la construction d'un modèle de recherche général et cohérent, fondé sur une épistémologie de l'interdisciplinarité, qui ne peut être selon nous que celui des « sciences du design »<sup>18</sup> (tout comme l'interdisciplinarité a fondé le modèle des « sciences cognitives »).

#### POÏÉTIQUE : LE GESTE DE DESIGN, APPROCHE ÉPISTÉMOLOGIQUE

La *poïétique* du design est l'étude du design comme processus de création, c'est-à-dire comme « geste » d'un créateur. Ce geste peut être décomposé en deux dimensions qui, dans la réalité, sont intimement imbriquées et parfaitement indissociables : la dimension du *geste de penser* (le design est un *thinking*) et la dimension du *geste de faire* (le design est un *doing*).

4

La première dimension considère l'activité du design comme un processus de pensée. Un *projet en train de se faire*, c'est principalement une pensée en train de prendre forme (au sens figuré comme au sens propre). Dans ce cas, le design est l'héritier de son étymologie anglaise : *to design*, c'est concevoir en fonction d'un plan, d'une intention, d'un dessein. L'activité de pensée du designer est donc une affaire de conceptualisation. Mais cette conceptualisation peut elle-même s'entendre en deux sens : d'une part, il s'agit d'une *pensée-qui-pense* (conception du projet), au sens où il s'agit de produire un concept créatif, c'est-à-dire une idée qui structure la démarche créative et qui doit être scénarisée (scénarios de projet) ; d'autre part, il s'agit d'une « *pensée pensante* »<sup>19</sup> (conception du monde), au sens où il s'agit de nourrir le projet d'une réflexion philosophique sur l'expérience humaine, par une analyse des usages et des pratiques sociales. C'est en ce sens que « le design est par excellence une chose qui pense »<sup>20</sup>. C'est également en ce sens qu'il faut entendre la dimension philosophique indéniable de l'expression à la mode de « *design thinking* »<sup>21</sup>.

La seconde dimension considère le design comme un art de faire (dans la matière). Un projet en train de se faire, ce sont des scénarios en train de prendre forme grâce à des schémas, des plans, des croquis, des maquettes, des patrons, des *zonings*, des *story-boards*, des *wireframes*, etc. (à chaque spécialité du design son vocabulaire). Dans ce cas, le design

est l'héritier de son étymologie latine : *designare*, c'est marquer d'un signe distinctif, du mot *signum*, « marque, signe », c'est-à-dire former des signes ou signer des formes, qu'il s'agisse de formes spatiales, volumiques, textiles, graphiques ou interactives (à chaque spécialité du design son univers formel). Le design est donc une affaire de dessin, c'est-à-dire plus généralement de prototype. L'art de faire du designer est un art de prototyper. Tandis qu'un artiste fait des « œuvres », qu'un scientifique fait des « expériences » ou qu'un philosophe fait des « théories », un designer fait des « prototypes ». La célèbre formule de Hegel selon laquelle « c'est dans le mot que nous pensons »<sup>22</sup> ne lui convient pas. Si nous sommes designers, c'est dans la forme que nous pensons. La forme dessinée, maquettée, prototypée. C'est très exactement cela qui distingue en propre le geste de design : cette forme particulière d'habileté créatrice qui opère dans la pratique de la modélisation formelle des idées.

Le geste de design est donc un geste de pensée modélisante. Il inclut un savoir-penser dans un savoir-modéliser. Parce que l'un ne va pas sans l'autre. La dimension du geste de penser et la dimension du geste de faire, sont en effet inséparables. N'importe quel designer en fait constamment l'expérience : dans la réalité du projet en train de se faire, l'exécution nourrit la conception à chaque instant (faire pour penser), autant que la conception sans cesse recommencée nourrit l'exécution (penser pour faire). Le geste de design repose ainsi sur une boucle de co-détermination potentiellement infinie entre le penser et le faire. Au point où, à un moment donné, il faut être capable de prendre la décision d'y mettre fin afin de terminer un projet qui, par définition, pourrait être interminable.

5

Cette dynamique complexe, essentielle à la compréhension du geste de design, a été analysée très tôt par les pionniers anglais de la recherche en design. Dès le milieu des années 1970, Bruce Archer, professeur au Royal College of Arts, défend l'idée qu'il existe un mode de connaissance (*way of knowing*), et par suite un mode de pensée (*way of thinking*), propre aux designers. En 1979, il écrit :

« Ma conviction actuelle, qui s'est formée durant ces six dernières années, est qu'il existe un mode de connaissance et de communication propre aux designers [*designerly way of thinking and communicating*] qui, quand il s'applique à ses propres problèmes, est à la fois différent du mode de connaissance et de communication des scientifiques et des savants, et aussi puissant que les méthodes d'enquête des scientifiques et des savants »<sup>23</sup>.

Ce mode de connaissance propre aux designers, c'est très exactement ce que nous essayons de définir sous le nom de « geste de design ». Aussi, il est intéressant d'analyser la manière dont Archer l'envisage. D'après lui, il s'agit d'un problème éducatif et culturel. Il s'agit rien moins que de définir une troisième voie éducative, aux côtés de la voie scientifique et de la

voie littéraire. En effet, lorsqu'on élimine les raffinements et la complexité, il demeure seulement trois compétences essentielles (*essential skills*) au fondement de toute éducation : lire, écrire, compter – ce qu'Archer appelle « les trois R » (en anglais, *Reading, wRiting, aRithmetic*)<sup>24</sup>. « Lire et écrire » correspond à la compétence essentielle qui fonde le champ des Lettres et des Humanités, tandis que « compter » correspond à la compétence essentielle qui fonde le champ des Sciences. Cela conduit à la bipartition que l'on connaît des systèmes éducatifs occidentaux, divisés entre la voie littéraire et la voie scientifique.

Or, selon Archer, il existe une troisième voie éducative (*third area in education*) qui s'intéresse à « la dimension du faire et du fabriquer dans l'activité humaine »<sup>25</sup>. Cette dimension implique une autre compétence essentielle, habituellement négligée par le système éducatif, qui est celle de la modélisation formelle (*modelling*). Autrement dit, il existe une manière d'exprimer des idées autrement que par des mots (langue) et autrement que par des nombres (calcul) : ce sont « ces idées qui sont exprimées par le moyen du faire et du fabriquer »<sup>26</sup> (*those ideas which are expressed through the medium of making and doing*), c'est-à-dire par les formes (modélisation). Pour Archer, de telles idées possèdent une nature intellectuelle particulière et constituent une forme authentique et distincte de culture (*a distinctive facet of a culture*). Cette culture, c'est la « culture matérielle » (*material culture*) en tant qu'elle concerne « les artefacts eux-mêmes mais aussi l'expérience, la sensibilité et les compétences nécessaires à leur production et leur usage »<sup>27</sup>. Au sens large, tous les beaux-arts, tous les artisanats, toutes les techniques appartiennent à cette culture. Cette culture aurait donc pu s'appeler « Arts » mais, nous dit Archer, le terme a été confisqué par le secteur des Lettres et des Humanités. Elle aurait pu aussi s'appeler « Technique », mais le terme n'est pas très populaire et souvent dévalorisé. C'est pourquoi Archer propose de la nommer « Design avec un grand D » (*'Design', spelt with a big D*) – pour faire la différence, en langue anglaise, avec le sens courant du mot *design* (« conception »).

La nécessité de lui donner un nom et de la distinguer ainsi des deux autres cultures est justifiée selon lui par le fait que, dans le domaine de la connaissance, il existe bel et bien une manière de connaître (*way of knowing*) différente de celle de la Science et de celle des Humanités. Cette manière de connaître propre aux designers (*designerly way of knowing*) est une forme de « connaissance pratique » (*practical knowledge*) fondée sur « la sensibilité, l'invention, la validation et l'implémentation ». D'où la définition pionnière donnée par Archer :

« Ainsi le Design, dans son sens éducatif le plus général, en tant qu'il est sur un pied d'égalité avec la Science et les Humanités, est défini comme le domaine de compréhension, de compétences et d'expérience humaines par lequel

l'homme s'intéresse à l'appréciation et à l'adaptation de son environnement au regard de ses besoins matériels et spirituels »<sup>28</sup>.

Tandis que le langage essentiel de la Science est la notation mathématique et que celui des Humanités est la langue naturelle, « le langage essentiel du Design est la modélisation formelle [*modelling*] »<sup>29</sup>. Telle est l'idée fondatrice de l'épistémologie du design selon Archer, dont nous sommes tous, à l'évidence, les héritiers<sup>30</sup>. La philosophie du design a donc commencé en Angleterre il y a trente ans. Aussi, si nous voulons construire en France notre propre « philosophie du design », il est temps pour nous d'assimiler les résultats de ces travaux pionniers qui, quoique anciens, demeurent d'une vivifiante actualité. C'est dans leur lignée que nous inscrivons ici les fondements de notre poétique du design.

### **ESTHÉSIQUE : L'EFFET DE DESIGN, APPROCHE PHÉNOMÉNOLOGIQUE**

L'*esthétique* du design est l'étude du design comme phénomène-du-monde. Par phénomène-du-monde, nous entendons de manière générale tout ce qui apparaît au sujet et, par suite, s'offre à vivre, éprouver, investir. Il s'agit aussi bien des phénomènes physiques, psychiques que sociaux<sup>31</sup>. En ce sens, l'objectif de l'esthétique du design est de saisir la nature du design comme phénomène offert au sujet, du point de vue du *projet en train de se vivre*. Or, le lieu où vit le projet n'est pas l'atelier, ni même la galerie ou le musée (quoique le design peut aussi s'exposer). Le lieu où vit le projet, c'est aussi bien la cuisine, la salle de bains, le salon que la cage d'escalier, la rue, le métro, la ville ou encore le bureau, l'usine, la salle de classe, sans oublier l'ordinateur, l'Internet, le *smartphone*, les réseaux sociaux... Partout où se trouvent des usages humains, un lieu est offert à la possibilité d'un geste de design. C'est en ce sens que Vilém Flusser prétend que « tout est aujourd'hui affaire de design »<sup>32</sup> ou que Hal Foster affirme que nous vivons dans un « univers de design total »<sup>33</sup>. Parce qu'un geste de design peut *avoir lieu* à chaque instant, n'importe où. Le lieu du design, c'est rien moins que notre « sphère »<sup>34</sup>, au sens de Peter Sloterdijk, c'est-à-dire le monde propre (*Umwelt*) que nous nous créons par notre effort technique de mise en forme de l'espace existentiel. Et le design est l'une de ces « activités phénoménotecniques »<sup>35</sup> qui consiste à mettre en forme notre sphère. À ce titre, il est non seulement un phénomène-du-monde mais un phénomène-du-monde *qui contribue à faire du monde un monde*. Comme le souligne Alain Findeli, « la finalité du design est d'améliorer ou au moins de maintenir "l'habitabilité" du monde dans toutes ses dimensions »<sup>36</sup>.

Dès lors, envisager le design comme le *projet en train de se vivre*, comme l'exige le point de vue esthétique, implique de le définir non plus comme un *geste* qui provient d'un créateur, mais comme un *effet* qui se produit sur un récepteur. C'est ce que, dans notre *Court traité*, nous



avons appelé « l'effet de design ». Mais que l'on ne se méprenne pas. Contrairement à ce que pourrait laisser croire une lecture trop rapide<sup>37</sup>, « effet » n'est pas à entendre ici comme un concept logique, c'est-à-dire au sens de « conséquence » (corrélat de la cause). *Effet* est à entendre ici comme un concept phénoménologique, c'est-à-dire au sens d'une éclosion créatrice de l'apparition, d'une dynamique inventive de la manifestation, d'un déploiement phénoménotechnique innovant (corrélat de la perception). *L'effet*, pour nous, c'est la forme créative de « l'ontophanie »<sup>38</sup>, c'est-à-dire le mouvement phénoménotechnique par lequel l'être (*ontos*) nous apparaît (*phainô*) d'une manière nouvelle et inouïe. En ce sens, un projet en train de se vivre n'est rien d'autre qu'un « effet » de design ainsi entendu et, par conséquent, un *effet de design* est premièrement et fondamentalement un *effet ontophanique* (que nous appelions jusqu'ici un « effet d'expérience »). Il est une nouvelle manière de faire apparaître l'être (faire-être) en vue de rendre possibles d'autres expériences du monde (faire-faire) ou expériences-à-vivre. C'est pourquoi nous disons généralement qu'avant d'être un espace, un produit ou un service, le design est un *effet* qui advient dans un espace, un produit ou un service. Car le design n'est pas un *étant* mais un *événement*, c'est-à-dire un retentissement ontophanique qui se produit dans l'expérience vécue d'un usager, en tant que cette expérience est d'abord un rapport phénoménologique aux choses mêmes. Telle est la première dimension de l'effet de design.

8

Néanmoins, si elle est essentielle et fondatrice, cette première dimension n'est pas suffisante pour déterminer ce qui caractérise en propre un *effet de design* car on la retrouve volontiers, sous d'autres formes, dans les œuvres d'art et les artefacts en général. Pour qu'un effet de design ait lieu, il faut que le *projet en train de se vivre* possède également un *effet callimorphique*. Par là, nous entendons un effet de beauté formelle, au sens d'un retentissement esthétique. Là où il n'y a pas d'élégance des lignes ou de finesse du trait à admirer, de pureté des volumes ou d'équilibre des masses à apprécier, de poésie des contours ou de perfection du dessin à savourer, de séduction visuelle ou d'attraction graphique à goûter, en un mot là où il n'y a pas d'harmonie des formes dont on puisse jouir, c'est-à-dire de *callimorphie*, il n'y a pas d'expérience réceptrice possible du design. Car, aussi étonnant que cela puisse paraître, tandis que « le beau [...] a émigré du champ de l'art, désormais affranchi de sa tutelle »<sup>39</sup>, c'est le design qui endosse désormais, à l'époque contemporaine, la responsabilité de satisfaire notre besoin fondamental de beauté. Dessiné comme une femme dans laquelle on s'enveloppe, le fauteuil *Up 5* conçu en 1969 par Gaetano Pesce est à cet égard exemplaire. Mais on pourrait prendre une foule d'exemples plus actuels, comme la série des appareils mobiles de la marque *Apple*.

Pendant, là encore, on pourrait nous objecter que l'art, lui aussi, produit des *effets callimorphiques*. Après tout, l'histoire de l'art entière



peut être vue comme une histoire de la beauté au point où, pendant longtemps, on parlait des « Beaux-Arts ». Si cela est incontestable pour l'art classique, cela n'est plus vrai aujourd'hui, depuis que l'art est devenu « contemporain ». Or, c'est précisément au cours du XX<sup>e</sup> siècle, tout à fait en même temps que le design faisait son apparition, que, comme par hasard, l'art est devenu cette activité de pensée critique qui caractérise l'art à l'époque contemporaine et qui s'est complètement émancipée de la question du beau. Aussi, on est en droit de dire que la dimension *callimorphique* appartient aujourd'hui bien plus au monde du design qu'au monde de l'art.

Mais ce n'est pas tout. Pour bien saisir ce qui fait un *effet de design* en propre, il faut ajouter encore une troisième et dernière dimension. Contrairement à l'art, qui ne peut toucher à cela que tout à fait occasionnellement, le design a toujours et nécessairement un *effet socioplastique*, c'est-à-dire un effet de réforme sociale. Parce que les formes qui naissent du projet ont toujours une valeur d'usage et un retentissement anthropologique. Elles s'invitent dans les pratiques quotidiennes et modifient, au jour le jour, les procédures, les comportements, les modes de vie. À la maison, au travail, dans l'espace public, le design agit sans cesse sur les formes sociales de la vie. Sur ce point, art et design se séparent radicalement. Là où l'art naît de l'expression de soi et tend aujourd'hui vers le geste critique, le design naît du besoin (dans l'ordre des usages) de résoudre des problèmes, de simplifier les choses, de proposer de nouvelles solutions et tend vers le désir du désir de l'autre. Certes, l'art peut aussi avoir une visée sociale, mais cela est *contingent*. Tandis que le design, lui, est toujours social, cela est *nécessaire*. Aussi le designer japonais Kenya Hara a raison lorsqu'il écrit que « l'essence du design réside dans le processus qui consiste à découvrir un problème partagé par beaucoup de gens et à tenter de le résoudre »<sup>40</sup>. Il n'y a pas de design sans cette adresse à autrui. « Design social » ? Pléonasme. Du point de vue de l'esthétique, cela signifie que le *projet en train de se vivre* est toujours la réception d'une réponse. Réponse à un problème préalablement formulé, réponse à un besoin qui n'était pas manifeste avant que la réponse ne le désigne, réponse à un désir ou à un rêve auquel on n'avait pas osé espérer une réponse. Telle est la troisième dimension de l'effet de design.

## CONCLUSION

La philosophie du design que nous appelons de nos vœux peut s'entendre comme une double recherche : *poïétique* et *esthétique*. Du point de vue poïétique, c'est-à-dire du point de vue du projet en train de se faire, le *geste de design* se présente chez le designer comme un processus créatif singulier reposant sur une boucle de co-détermination infinie entre le savoir-penser et le savoir-modéliser, et constituant une forme propre de culture. Du point de vue esthétique, c'est-à-dire du point de vue du projet

en train de se vivre, l'effet de design se présente pour l'utilisateur comme un retentissement en trois dimensions : ontophanique, callimorphique, socioplastique. Tel est le geste de design et son effet.

## BIBLIOGRAPHIE

Anzieu, D. (1981). *Le corps de l'œuvre. Essais psychanalytiques sur le travail créateur*. Paris : Gallimard.

Archer, B. (1979a). « Whatever became of Design Methodology ? », *Design Studies*, Volume 1, Issue 1, July 1979, pp. 17-18.

Archer, B. (1979b). « The Three Rs », *Design Studies*, Volume 1, Issue 1, July 1979, pp. 18-20.

Beyaert-Geslin, A. (2012). *Sémiotique du design*. Paris : Presses Universitaires de France.

Bourdieu, P. (1996). *Sur la télévision*. Paris : Raisons d'agir éditions.

Brown, T. (2008). « Design Thinking », *Harvard Business Review*, Juin 2008, p. 84-92.

Cross, N. (1982). « Designerly Ways of Knowing », *Design Studies*, Volume 3, Issue 4, October 1982, pp. 221-227.

Cross, N. (2005). *Designerly Ways of Knowing*. London : Springer.

Findeli, A. (2006). « Qu'appelle-t-on "théorie" en design ? Réflexions sur l'enseignement et la recherche en design », *Le design : essais sur des théories et des pratiques*, sous la direction de Brigitte Flamand. Paris : Institut Français de la Mode / Éditions du Regard, pp. 77-97.

Findeli, A. (2010). « Searching For Design Research Questions : Some Conceptual Clarifications », *Questions, Hypotheses & Conjectures : discussions on projects by early stage and senior design researchers*, Bloomington, IN : iUniverse, pp. 286-303.

Flamand, B. (2006). *Le design : essais sur des théories et des pratiques*. Paris : Institut Français de la Mode / Éditions du Regard.

Flusser, V. (1993, posthume). *Petite philosophie du design*. Belval : Circé, 2002.

Foster, H. (2002). *Design et crime*. Paris : Les Prairies ordinaires, 2008.

Hara, K. (2007). *Designing Design*. Baden : Lars Müller Publishers, 2008.

Hegel, G.W.F. (1830), *Encyclopédie des sciences philosophiques en abrégé*. Paris : Gallimard, 1970.

Lœwy, R. (1952). *La laideur se vend mal*. Paris : Gallimard, 2005.

Loos, A. (1908). *Ornement et crime*. Paris : Payot & rivages, 2003.

Midal, A. (2009). *Design : introduction à l'histoire d'une discipline*. Paris : Pocket.

Morris, W. (1996). *L'Âge de l'ersatz et autres textes contre la civilisation moderne*. Paris : Éditions de l'Encyclopédie des Nuisances.

Nattiez, J.-J. (1987). *Musicologie générale et sémiologie*. Paris : Christian Bourgeois Editeur. Traduction anglaise : (1990). *Music and Discourse: Toward a Semiology of Music*. Princeton : Princeton University Press.

- Papanek, V. (1971). *Design pour un monde réel*. Paris : Mercure de France, 1974.
- Passeron, R. (1971). « La Poïétique. Pour une redéfinition de l'Esthétique ». *Revue d'Esthétique*, tome XXIV, fasc. 3, 1971, pp. 233-246.
- Passeron, R. (1989). *Pour une philosophie de la création*. Paris : Klincksieck.
- Passeron, R. (dir.). (1991). *La poïétique comme science et comme philosophie de la création*, actes du Premier Colloque international de poïétique, du 28 avril au 2 mai 1989. Paris : Éditions Poïésis.
- Pevsner, N. (1968). *Les Sources de l'architecture moderne et du design*. Paris : Thames & Hudson, 1993.
- Séris, J.-P. (1994). *La Technique*. Paris : Presses Universitaires de France, 2000.
- Sloterdijk, P. (2004). « Foreword to the theory of Spheres », *Cosmograms*, sous la direction de Melik Ohanian et Jean-Christophe Royoux. New York : Lukas & Sternberg, 2005.
- Stiegler, B. (2006), « Du design comme sculpture sociale », *Le design : essais sur des théories et des pratiques*, sous la direction de Brigitte Flamand. Paris : Institut Français de la Mode / Éditions du Regard, pp. 243-257.
- Thackara, J. (2005). *In the Bubble : de la complexité au design durable*. Saint-Étienne, Cité du Design, 2008.
- Valéry, P. (1937). *De l'enseignement de la poétique au Collège de France*. Paris : Société générale d'imprimerie et d'édition, 12 pages (repris dans les *Œuvres complètes* de Paul Valéry).
- Vial, S. (2010). *Court traité du design*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Vial, S. (2011). « Le processus créatif en design : à propos du travail de la pensée chez le designer », *Ateliers de la Recherche en Design (7ème édition) : Design : Savoir & Faire*, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne et Université de la Manouba, Tunis, 14-15-16 novembre 2011.
- Vial, S. (2012a). « Le design, une philosophie *by practice* : où l'on définit le design en douze propositions », *Lille Design For Change*, table ronde avec Philippe Louguet et Gaetano Pesce, Tourcoing (Imaginarium), 26 octobre 2012.
- Vial, S. (2012b). *La structure de la révolution numérique : philosophie de la technologie*, Thèse de doctorat en Philosophie, Université Paris Descartes, 21 novembre 2012, 302 pages. [En ligne], URL : <http://www.theses.fr/s64027>. Discours de soutenance également disponible : [En ligne], URL : <http://goo.gl/Qkksy>

## NOTES

### Lettre capitale seulement sur l'initiale

1 - John MAEDA, « Innovation : Design -- Is "design" innovation ? », conférence au PARC Forum avec Don Norman, Palo Alto, 26 juillet 2012, [En ligne], URL : <http://www.parc.com/event/1774/innovation.html>

2 - Vial, S. (2010). *Court traité du design*. Paris : Presses Universitaires de France.

3 - Vial, S. (2012b).

- 4 - Valéry, P. (1937). Cité par Passeron, R. (1989), p. 14
- 5 - Passeron, R. (1989), p. 14.
- 6 - Passeron, R. (1989), p. 15.
- 7 - Passeron, R. (1991).
- 8 - Passeron, R. (1989), p. 11.
- 9 - Passeron, R. (1989), p. 11.
- 10 - Passeron, R. (1989), p. 12.
- 11 - Passeron, R. (1989), p. 13.
- 12 - Passeron, R. (1989), p. 16.
- 13 - Nattiez, J.-J. (1990), p. 15.
- 14 - La première théorie poïétique du design a été proposée par l'anglais Nigel Cross (1982, 2005) à travers le concept, emprunté à B. Archer (1979b), de « *designerly ways of knowing* ». Alain Findeli, auquel nous sommes redevables, est le premier français à s'y être intéressé.
- 15 - On s'intéressera à cet égard à l'ouvrage d'Anne Beyaert-Geslin (2012), qui vient tout juste de paraître, sous le titre *Sémiotique du design*, Paris, PUF.
- 16 - Voir à ce sujet Alice Rawsthorn, « Defining the Emotional Cause of 'Affect' », *The New York Times*, le 2 décembre 2012, [En ligne], URL : <http://www.nytimes.com/2012/12/03/arts/design/defining-the-emotional-cause-of-affect.html>
- 17 - Vial, S. (2012a). « Le design, une philosophie *by practice* : où l'on définit le design en douze propositions », conférence au colloque *Lille Design For Change*, table ronde avec Philippe Louguet et Gaetano Pesce, *Imaginarium*, Tourcoing, 26 octobre 2012.
- 18 - Vial, S. (2011). « Le processus créatif en design : à propos du travail de la pensée chez le designer », *Ateliers de la Recherche en Design (7ème édition) : Design : Savoir & Faire*, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne et Université de la Manouba, Tunis, 14-15-16 novembre 2011.
- 19 - Bourdieu, P. (1996), p. 31.
- 20 - Vial, S. (2010), p. 11.
- 21 - Brown, T. (2008), p. 84.
- 22 - Hegel, G.W.F. (1830), § 462.
- 23 - Archer, B. (1979a), p. 17. [Traduit par nous].
- 24 - Archer, B. (1979b), p. 18.
- 25 - Archer, B. (1979b), p. 18. [Traduit par nous].
- 26 - Archer, B. (1979b), p. 19. [Traduit par nous].
- 27 - Archer, B. (1979b), p. 19. [Traduit par nous].
- 28 - Archer, B. (1979b), p. 20. [Traduit par nous].
- 29 - Archer, B. (1979b), p. 20. [Traduit par nous].
- 30 - Nigel Cross, actuel directeur de la *Design Research Society* et de la revue *Design Studies*, a fait de ce thème l'objet central de sa recherche depuis trente ans en devenant, bien avant le succès du « design thinking », le grand promoteur de la notion de « *designerly way of knowing* » (1982, 2005).

- 31 - Vial, S. (2012b), p. 147.
- 32 - Flusser, V. (1993, posthume), p. 11.
- 33 - Foster, H. (2002), p. 30-31.
- 34 - Sloterdijk, P. (2004), p. 232.
- 35 - Vial, S. (2012b), p. 263.
- 36 - Findeli, A. (2010), p. 292.
- 37 - Lire le « compte rendu » de notre *Court traité du design* dans *Azimuts*, Saint-Etienne, Cité du Design, n° 36, Juillet 2011, p. 434.
- 38 - Vial, S. (2012b).
- 39 - Séris, J.-P. (1994), p. 267.
- 40 - Hara, K. (2007), p. 24.