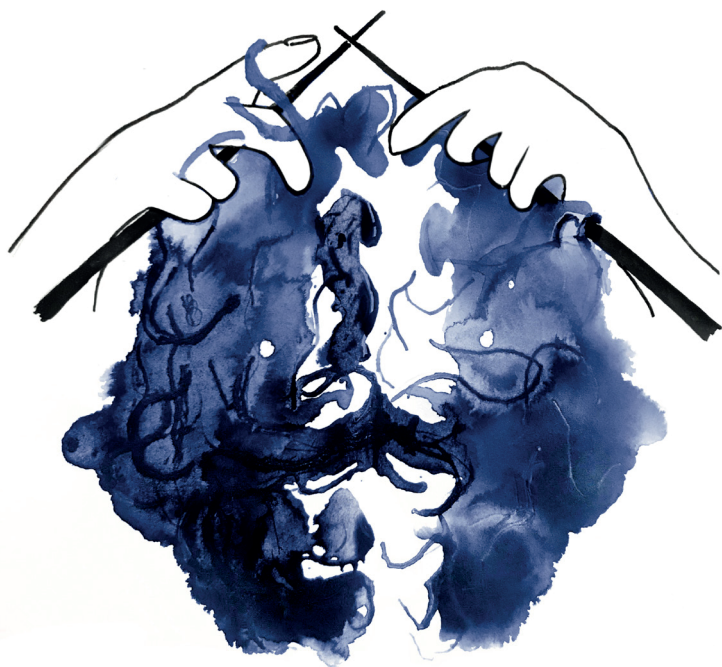


CORPS-PRENDRE



L'équipe de **Strate Research** vous donne rendez-vous avec des chercheur.se.s qui inspirent et donnent corps à la recherche en design. Le séminaire transdisciplinaire **CORPS-PRENDRE** poursuit 4 années de dynamique de recherche et de réflexions engagées avec le séminaire **Experience Design**, dont les actes édités par Strate ont participé à la diffusion de la recherche.

Cette réflexion est basée sur une conception de la recherche en design dans laquelle la "matérialité" est un postulat et une posture pour **faire sens, agir, comprendre** entendu comme synonyme d'*interpréter* (Gadamer, 1996). L'expérience est transformatrice, faisant événement chez celui qui la vit : il n'est plus possible de faire autrement, quelque chose est advenu en soi.

Le retour à l'étymologie latine du terme "comprendre", *cumprehendere* (*cum* "avec" et *prehendere* "prendre") nous renseigne sur la dimension corporelle initiale et nécessaire au processus. Si comprendre est une manière de "prendre avec", notre volonté avec **CORPS-PRENDRE** est d'explorer les modalités de saisie de la recherche avec le corps mais aussi son expression par les corps. Ceci se fera selon trois acceptions du corps : **le corps humain, les corps-objets et le corps culturel et collectif**.

Ces axes proposent de compléter l'approche analytique de la recherche académique avec une posture de designer qui travaille sur l'incarnation associant le sens et les sens.

1. INCORPORER LES PRATIQUES

De quelle manière se fait l'incorporation des pratiques et comment cela influe-t-il sur la recherche ?

Notre compréhension du monde est avant tout corporelle et passe initialement par les canaux sensoriels (Merleau-Ponty, [1945] 2002). Des hypothèses créatrices se forment à partir de cette expérience sensible pour développer un savoir situé ou *phronesis* (Thomas, 2010). Dans l'activité de design et de recherche en design, la connaissance

incarnée est créatrice de sens. Pour le designer, faire et penser sont alors intriqués, dans une forme de savoir que l'on peut identifier à la *metis* Grecque, ou *sagesse pratique* (Sennett, 2009 ; Détéienne & Vernant, 1974). Cette manière de comprendre et d'interpréter le monde constitue un matériau d'une autre nature, utilisé pour faire advenir une nouvelle connaissance.

Mais, si une part de créativité basée sur la subjectivité du designer est admise, elle n'est parfois pas totalement conscientisée. Au-delà d'une réflexion dans l'action (Schön, 1983), il s'agit d'étudier comment cette réflexion se manifeste dans le corps. Autrement dit, comment investir le sujet de recherche par son propre corps ?

2. DONNER CORPS À LA RECHERCHE : LES CORPS-OBJETS

Comment la recherche se matérialise-t-elle à travers des objets dans le processus de design comme de recherche ?

Concevoir et utiliser des artefacts au sein du processus de conception est partie intégrante de la manière dont les designers comprennent, problématisent et répondent (Ewenstein & Whyte, 2007). Ces corps-objets se présentent sous des formes diverses et ont un panel de rôles très large suivant leur nature et le moment de leur apparition dans le processus de réflexion et/ou de collaboration. Qu'ils soient nommés objets intermédiaires, objets frontières, prototypes, représentations intermédiaires, maquettes, ou encore sondes culturelles (Gaver & al., 1999), ils permettent à la fois de modéliser et modeler ce qui advient dans la conception,

tout en permettant la coordination des membres de l'équipe (Mer & al., 1995 ; Vinck, 2009).

Que nous apprennent ces objets sur les pratiques des chercheurs en design ? Comment ces corps-objets permettent-ils d'instaurer un faire commun qui influence le processus de constitution d'une communauté apprenante (Berger & al., 2018) participant alors à la définition d'une culture design ?

3. FAIRE CORPS - CULTUREL ET COLLECTIF

Comment un faire collectif stabilise-t-il des pratiques et des langages pour faire corps commun ? Comment cela participe-t-il à la construction d'une culture design ?

Après le corps des chercheurs et les objets, nous envisageons une échelle plus large, culturelle, qui est aussi engendrée par le lien entre les deux parties précédentes. Une culture est un système de symboles signifiants, public et social, permettant aux individus d'attribuer une signification aux expériences qu'ils vivent (Geertz, 1973). Mais la structure même de ce système culturel, envisagé en tant que *sémiosphère* (Lotman, 1983), lui donne une certaine plasticité et porosité. Ainsi, une culture imprègne les individus autant qu'elle est modifiée par eux. La culture design, ancrée dans les pratiques de conception et les artefacts intermédiaires, contribue ainsi à expliciter et structurer l'environnement organisationnel, des acteurs et de leurs relations. Mais elle est également transformatrice, ouvrant de nouvelles pratiques et de nouveaux horizons de sens pour les individus et l'organisation.

Si les designers partagent avec les chercheurs d'autres disciplines certains savoir-faire et attitudes, leur spécificité ne serait-elle pas d'articuler les différents corps - humains, objets, culturels et collectifs ? La recherche en design proposerait alors des arrangements qui **mettent en jeu et rendent visibles les transformations par et dans les corps**, créant ainsi de nouvelles connaissances. Réciproquement, ce que l'on nomme culture design serait affaire de **posture, témoin du rapport de signification que l'individu développe et entretient avec la réalité de son environnement, des autres acteurs, des contextes, activités et interactions** (Eco, 1997).

Le séminaire **CORPS-PRENDRE** propose à la communauté de recherche en/sur/pour/ avec le design de **partager les expériences et faire connaissance(s)**.

Nous vous invitons ainsi à contribuer lors d'une des séances prévues en 2021-22. Modalités de soumission: une proposition de 1500 mots environs avant le 01/10/2021.

Suite à votre manifestation d'intérêt, nous étudierons ensemble le format le plus adapté (communication, discussion, table ronde, workshop, seul ou à plusieurs). Naturellement, la participation sera libre et ouverte à nos communautés et donnera lieu à une publication commune, éditée par Strate.

Contribuez !
research@strate.design

BIBLIOGRAPHIE

Berger, E. & al. (2018). Design et stratégies d'entreprise : première étude pour modéliser les dynamiques d'engagement dans un projet de recherche. *Sciences du Design*, 7, 56-68.

Bonnet, R. & Bonnet, J. (2008). Postures managériales et évolution des compétences d'encadrement et de direction. *Communication & Organisation*, 33(1), 85-106.

Détienne, M., & Vernant, J-P. (1974). *Les Ruses de l'intelligence. La mètis des Grecs*. Paris : Flammarion.

Eco, U. (1997). *Kant et l'ornithorynque*. Paris : Grasset

Ewenstein, B., & Whyte, J. (2007). Beyond words: Aesthetic knowledge and knowing in organizations. *Organization Studies*, 28, p. 689-708.

Gadamer, H.G. (1996). *Vérité et méthode : les grands lignes d'une herméneutique philosophique*. Paris : Seuil.

Gaver, W. & al. (1999). Design: Cultural Probes. *Interactions*, 6, p. 21-29.

Lotman, Y. M. (1999). *La sémiosphère*. Limoges : Pulim.

Mer, S. & al. (1995). Les objets intermédiaires de la conception: modélisation et communication. In Z. K. Caelen J. (Ed.), *Le communicationnel pour concevoir*, Paris : Eu, p. 21-41.

Merleau-Ponty, M. (2002). *Phenomenology of Perception*. London: Routledge.

Schön, D. (1983). *The reflective practitioner: How professionals think in action*. New York: Basic Books.

Sennett, R. (2009). *The Craftsman*. London: Penguin Books.

Thomas, G. (2010). Doing case study: Abduction not induction, phronesis not theory. *Qualitative inquiry*, 16(7), p.575-582.

Vinck, D. (2009). De l'objet intermédiaire à l'objet-frontière. *Revue D'anthropologie Des Connaissances*, 3(1), p.51-72.