

Sciences
du Design

2016

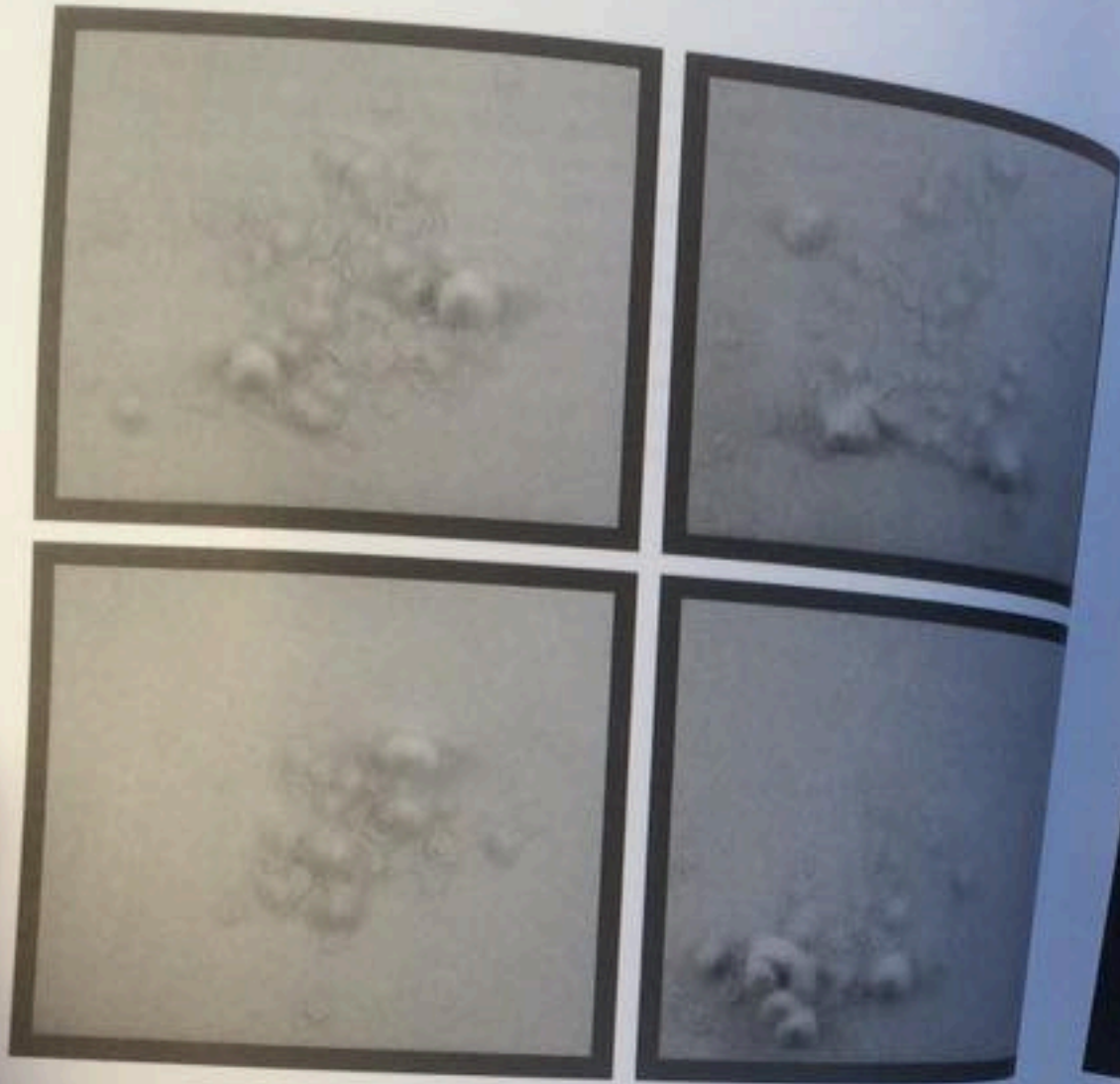
Juin

03

Urbanités numériques

sous la direction
de Jocelyne Le Bœuf,
Grégoire Cliquet et
Jean-Louis Kerouanton

puf

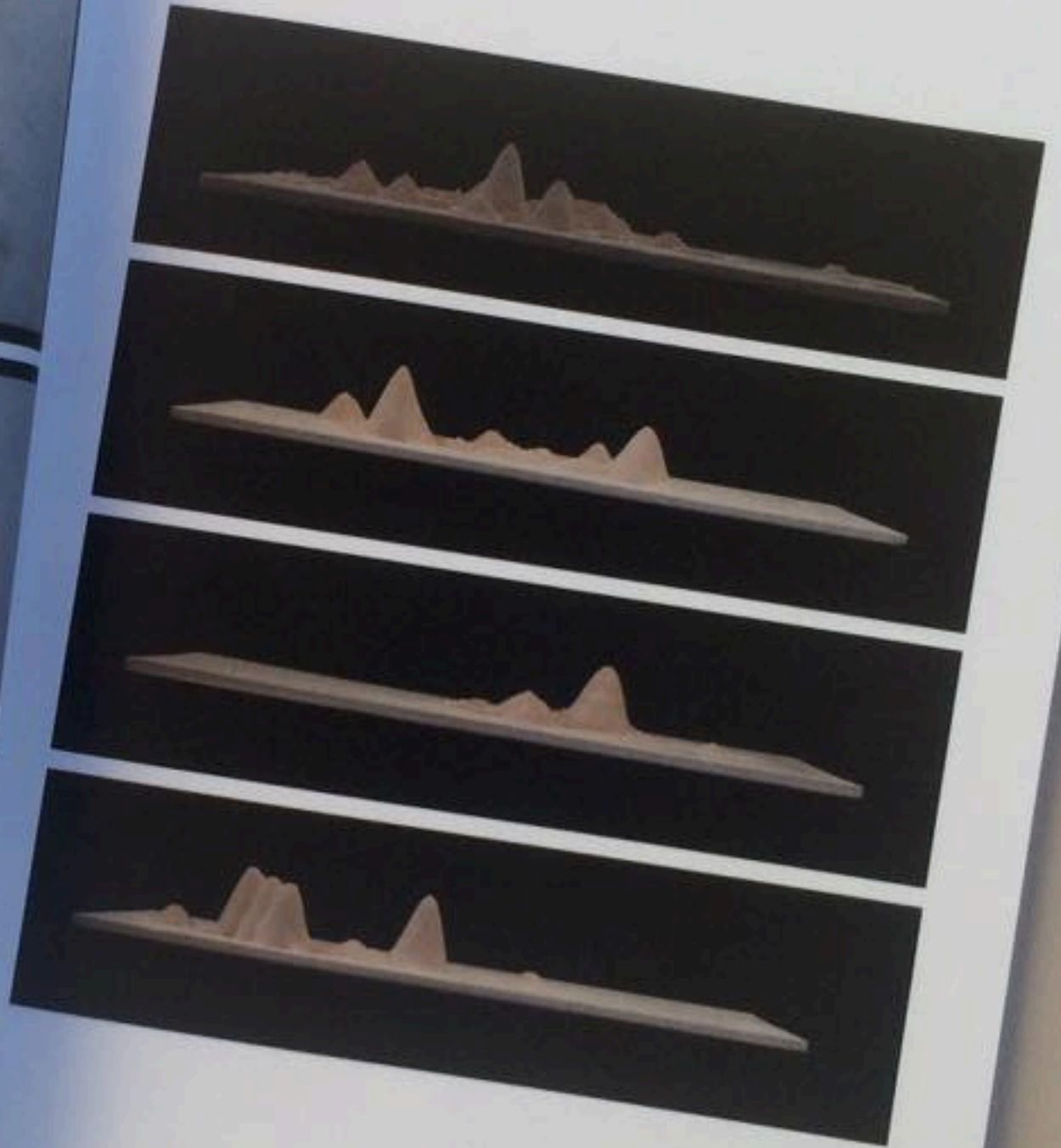


Catherine

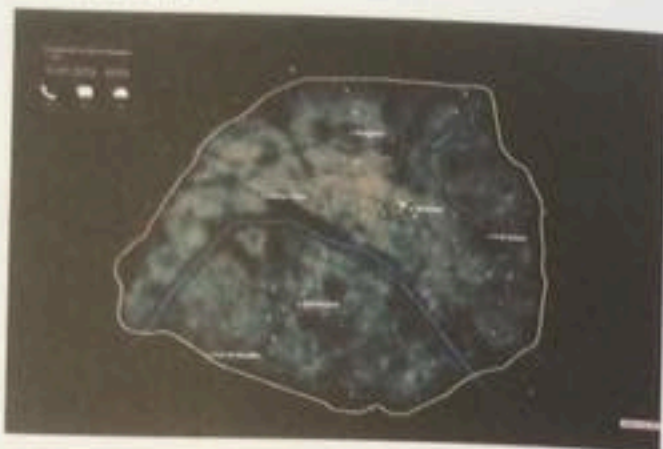
Renus

Lolo

Le Guen



11.01.2015 - 09:29



11:20



14:21



16:52



12:18



Marc

Brice

13:57



17:48



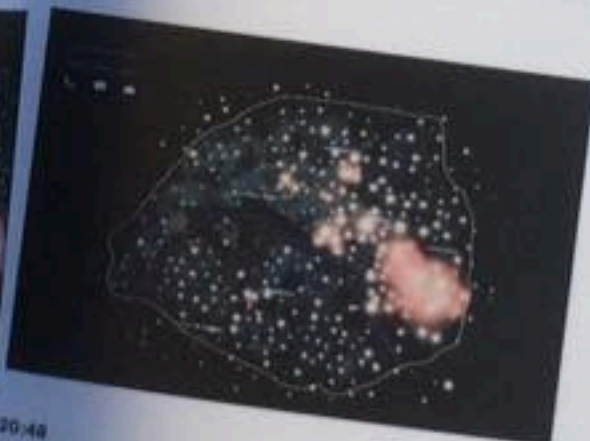
17:18



19:06



18:41



20:48



23:34



18:08



18:24



19:40



20:13



Les centres de données consomment environ 10% de l'électricité du pays.

58,944 antennes relais sont aujourd'hui installées en France et dans les DOM-TOM.

La France produit l'équivalent de 45,72 kg de déchets électriques et électroniques (DEEE) par seconde.

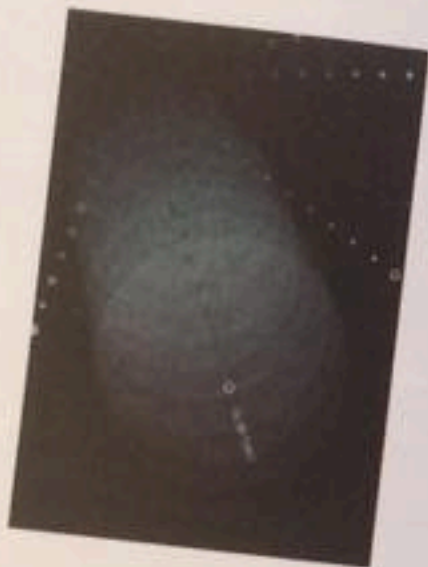


Sept visualisations en ligne

FRÉQUENTATION DES MUSÉES DE FRANCE PAR RÉGION (2005-2013)

Mathilde Perrot
Maud Wergnier
Jocile Devaux

visu.sciences-du-design.org/8.html



DATA PARIS CULTURE

Mélissa Vincent
Samuel Cousin
Francesca Sconfienza
Lydia Jory

visu.sciences-du-design.org/11.html



L'ÉCONOMIE DU PARTAGE

Estelle Blandureau
Camille Étienne
Laurent Lucchini

visu.sciences-du-design.org/5.html



DATA PORN

Élodie Guth
Pierre-Sylvain Raoux
Marleen Garcia

visu.sciences-du-design.org/7.html



SEINE NUMÉRIQUE

Nathan Delavictoire
Thomas Garnerone
Karim Nasri

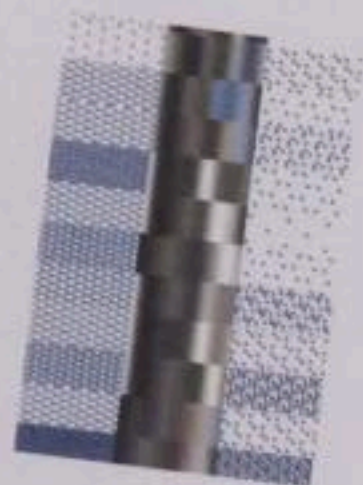
visu.sciences-du-design.org/13.html



INSTAGRAM VS IRL (IN REAL LIFE)

Laila Sliman
Julie Burgess
Cindy Renard

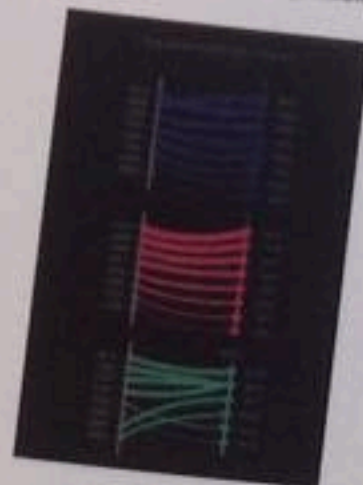
visu.sciences-du-design.org/9.html



ÉVOLUTION DE LA VIOLENCE DANS LE MONDE

Hala Habka
Cécile El Murr
Muyang Li

visu.sciences-du-design.org/12.html



Sciences du Design — 03 — Juin 2018

les rues (dont les flash mobs), de souligner la rencontre entre Technique (capacités technologiques) et Humanité (supposée en attente d'interactions), entre le corps physique (chair et contact) et le corps virtuel (communautés numériques). L'analyse de ces dispositifs de communication orchestrés *on* et *off line*, invitant le citoyen à vivre l'espace public sur un mode immersif et éphémère, met à jour les prolongations réciproques entre les espaces urbain et virtuel, prolongations symptomatiques d'un double processus d'*hyperpublicitarisation* et de *depublicitarisation*. Les stratégies de communication prenant la ville pour média, produisent un univers festif et spectaculaire, ludique et créatif et posent la participation du public (pérennaire) comme impérative. Il reste pourtant à tester la réalité sociale et l'assise idéologique d'une collaboration vantée par le milieu professionnel en communication étudiée ici.

Abstract

This study, through street communication operations (including flash mobs), is aiming at highlighting the encounter between Technique (technological means) and Humanity (supposed to be in search for interactions between the physical body (flesh and physical contact) and the virtual one (digital communities). The analysis of these communication devices, be they *online* or *offline*, inviting the townsman to live in the urban space in an immersive and ephemeral way, reveals mutual extensions between urban and virtual spaces, extensions which are symptomatic of a double process of *hyperpublicitarisation* and *depublicitarisation*. Communication strategies using cities as a media create a festive and spectacular environment, playful and creative, and make the involvement of the public (collaborating) an imperative. However, the social reality is still to be tested as well as the ideological foundations of a collaboration praised by the communication professionals studied here.

Introduction

L'objectif de cette contribution est d'aborder, dans une perspective communicationnelle, les questions urbaines par le biais des dispositifs à l'œuvre dans le cadre d'opérations de communication qui investissent l'espace public et ce, à travers les récits qui structurent l'avènement d'une participation hybride. Pour cela, nous avons analysé deux types de discours provenant de sources différentes et semblant converger et se chevaucher pour affirmer, voire même, chacun à sa façon, l'avènement d'une nouvelle figure communicationnelle. En premier lieu, une veille numérique a été effectuée entre 2011 et octobre 2015 afin de repérer les actions de communication menées par les organisations marchandes ou non marchandes, au sein de l'espace urbain. Cette recherche a consisté à suivre quatre newsletters issues du monde de la communication et du marketing⁰¹, un site d'actualité (*ilétaitunepub.fr*) et une page Facebook dédiée à la création publicitaire (*La pubothèque*). Un corpus de 281 opérations composé d'opérations relayées (donc supposées dignes d'attention par le milieu professionnel concerné) a été constitué, avec pour objectif de saisir à la fois les éléments communicationnels moteurs posés comme incontestés

les représentations des publics / cibles associés. Nous avons mis en valeur la valorisation de dispositifs qui invitent le citoyen à vivre l'espace public – habermassien à la fois espace physique urbain et symbolique – (Carpentier, 1993) sur un mode immersif, ludique et éphémère. Ces dispositifs ont aussi en jeu des prolongations réciproques entre les espaces et modes de virtuels que nous pouvons retrouver dans le cadre des nouvelles formes de mobilisation des citoyens sur le territoire, redessinant ainsi les contours de l'urbanité. En deuxième lieu, nous avons retenu pour étude complète le cas des flash mobs afin de pouvoir mettre en parallèle les modes d'appropriation de l'espace urbain. Qu'elle soit d'origine commerciale ou gériale, médiatique ou associative, cette forme de communication nous en effet révélatrice d'une mutation qui prête aux mobilisations contemporaines des caractères participatifs bien spécifiques. Ce sont des rassemblements courts durée dans un lieu public d'un groupe de personnes ne se connaissant pas pour la plupart, pour y effectuer une action, concertée et orchestrée généralement via Internet, avant de se disperser rapidement⁰². Deux corpus de presse ont été investis ici explorant deux sources, une presse professionnelle en communication et une presse généraliste⁰³. L'objectif était de cerner à la fois les discours professionnels sur cette forme de mobilisation et son rayonnement dans la société (mode éphémère ou permanence du suivi médiatique). Enfin, parce qu'il était primordial de confronter ces productions discursives, nous avons interrogé 129 étudiants de licence en communication – 20 ans en 2012 – sur leurs connaissances, participations et opinions sur les flash mobs⁰⁴.
Finalement, l'ensemble des dispositifs explorés se rejoignent en ce qu'ils prolongent la ville en articulant virtualité et corporalité territoriale (partie 1), mais aussi en ce qu'ils permettent l'exploration urbaine sur un mode ludique et festif (partie 2). Ils appellent une nouvelle conception des cibles / citoyens et de leur relation à la marque / cause, que l'examen de la presse professionnelle a clairement fait apparaître. L'analyse de ce métadiscours, dévoile la fabrique d'une figure communicationnelle (partie 3), la fameuse « génération Y⁰⁵ » déclarée (hâtivement) collaborative et *digital native* et pour laquelle la participation deviendrait indispensable.

1. — Prolonger la ville, entre off et on, des dispositifs récurrents

Orchestrées *on* et *off line*, les opérations de communication étudiées, en couplant espaces numériques et physiques donnent naissance à des dispositifs de participation hybrides que nous allons éclairer.

1.1. — Virtuel / réel, le grand mélange

Des univers virtuels se matérialisent dans la ville réfutant ainsi l'idée « [...] que la réalité *online* n'est pas une réalité et n'a pas de matérialité » (Carpentier, 2014). Des *pop up stores* se développent permettant aux marques de prendre corps de manière éphémère (*Omo, Barbie, Ballantine* ou *Vuitton*). A l'inverse, une expérience traditionnellement physique peut devenir digitale (manifestation virtuelle pour *Amnesty International*). Enfin, des opérations simultanément *on* et *off line* se multiplient comme l'organisation par *Taco Bell* d'une chasse aux billets virtuelle et réelle ou, sur trois abribus parisiens, l'écran tactile intégré de l'eau de Toilette *Black Opium* d'*Yves Saint Laurent*, qui permet, après avoir

02. Bien que très répandus dans le monde, les flash mobs n'ont été appréhendés comme objet d'étude qu'en sciences politiques (Shukan, 2008). Le qualificatif « flash mob » utilisé par les participants est symbole de nouvelles formes d'actions « éclair », opérées par de jeunes militants dans la rue, dont l'objet est d'attirer l'attention des citoyens et d'obtenir leur soutien dans le cadre d'une action collective résistante (en Serbie en 2000, en Ukraine en 2004 et en Biélorussie en 2006).

03. Presse professionnelle en communication (Stratégies, Stratégies Newsletter et CBNews), recherche effectuée sur *Factiva* du 1er janvier 2000 au 30 septembre 2014 : 27 articles publiés de 2005 à 2012. Presse généraliste, recherche sur *Factiva* du 1er janvier 2012 au 30 septembre 2014 : 109 articles retenus.

04. Nous sommes conscientes de la non-représentativité de l'échantillon (étudiants, qui plus est en communication).

05. Appelation « génération Y » présente les jeunes nés entre 1980 et 1994 (Strauss et Howe, 1991).

Histoire mondiale du design : entretien avec Victor Margolin

Victor

Margolin

Professeur émérite en histoire du design
Université de l'Illinois
Co-fondateur et co-directeur éditorial
de la revue *Design Issues*
Membre du comité scientifique
de la revue *Sciences du Design*
victor@uic.edu

Jocelyne

Le Bœuf

Directrice de la recherche à l'École de Design
Nantes Atlantique
j.leboeuf@lecolededesign.com

Victor Margolin, professeur émérite à l'Illinois à Chicago, vient de faire paraître le tome mondial du design, *World History of Design*, qui commence aux temps préhistoriques pour aller jusqu'au début du XX^e siècle (*World War 1 to World War 2*). Une histoire mondiale (Prehistoric Times to World War 2). Une histoire mondiale du XX^e siècle à nos jours, est en cours de publication.

Victor Margolin a commencé cet immense travail d'années, après avoir enseigné la discipline à l'Université de l'Illinois, à Chicago. Il a par ailleurs commencé à publier dans *Design Issues* au début des années 1980. Ses nombreuses approches interdisciplinaires telle que la défense de Braudel, cité dans son introduction. Il y fait référence à *Technics and Civilization*, 1934) pour ses recherches sur la culture technique et la culture matérielle dans l'espace et dans le temps. Et il s'agit bien de l'histoire du design, non pas seulement comme la modernité industrielle, mais comme une histoire large des activités transformatrices de l'environnement : systèmes sociaux, culturels, politiques et économiques sont imbriqués.

Les liens tissés avec des historiens du mouvement du design participent de ce mouvement pour une histoire et mondiale du design dont l'auteur situe les prémisses. L'entreprise de Victor Margolin, nécessairement érudite, investigation dans ce qui constitue le territoire propre de l'histoire et des sciences humaines, rapport aux autres champs de l'histoire et multiples de collectés au cours de nombreuses années de recherche ne peut prétendre à être définitive nous prévient-il et doit être complété, apporter d'autres perspectives, points de vue toujours en mouvement. Et ce n'est pas le moindre mérite d'encourager les historiens à s'emparer de ces questions.

Jocelyne Le Bœuf

Vous dites au début du premier chapitre sur la Préhistoire que le terme design peut être employé pour la fabrication des premiers hommes ont eu besoin pour assurer leur survie, ce n'est apparu qu'au XVI^e siècle. Cette mise en perspective d'emblée la question de l'interdisciplinarité invoquée dans votre ouvrage. Dans ce cas précis, en quoi votre approche peut-elle être considérée comme spécifique par rapport aux écrits des préhistoriens ?

Victor Margolin

Ce n'est pas si facile d'extraire le point de vue de l'historien du design dans ces époques lointaines. L'accent sur certaines questions de recherche personnelle est une question de perspective.

01. Victor Margolin expose sa méthode consistant depuis de très nombreuses années à collecter, comparer, rassembler, classer de nombreuses notes sur des travaux historiques du monde entier, avant de commencer un travail d'écriture dans une vidéo en ligne, « The process of writing World History of Design », [vidéo en ligne], YouTube, 19 mai 2015 (consultée le 26 août 2016) : <https://www.youtube.com/watch?v=Kryy0TH-LfU&nooredirect=1>

ÉVÈNEMENT

A | R | D 11 → Beyrouth

DESIGN, CULTURES ET SOCIÉTÉ
9-12 novembre 2016
Académie Libanaise
des Beaux-Arts, Beyrouth (Liban)



Le département Design de l'Académie Libanaise des Beaux-Arts (ALBA, alba.edu.lb) sera l'hôte de la 11ème rencontre des Ateliers de la Recherche en Design (ARD 11) qui se tiendra à Beyrouth du 9 au 12 novembre 2016 sous la présidence de Marc Baroud, directeur du département. La thématique centrale de la rencontre est l'interculturalité.

Les Ateliers de la Recherche en Design est le réseau international des chercheurs francophones en design depuis 2006, qui participe à la construction d'une activité de recherche en design dans une perspective d'échanges scientifiques avec d'autres disciplines connexes au design et en lien avec des partenaires publics ou privés. Cette 11^e édition marquera le 10^e anniversaire des ARD.

www.beyrouth2016.les-ard.org

► Diffusez vos annonces dans Sciences du Design
Contact: info@sciences-du-design.org

— ÉDITORIAL

PAR JOCELYNE LE BŒUF,
GRÉGOIRE CLIQUET,
JEAN-LOUIS KEROUANTON,
ANNIE GENTÉS
ET DAVID BIHANIC

— VISUALISATION

SOUS LA DIRECTION
DE DAVID BIHANIC

CATHERINE RAMUS
ET LOÏC LE GUEN
Empreinte de mouvement

CATHERINE RAMUS,
CEZARY ZIEMICKI,
PASCAL TAILLARD
ET MARC BRICE
SonaR

DAVID BIHANIC
La pollution numérique
en France

PIERRICK THÉBAULT
ET SEBASTIAN GRAUWIN
ManyCities

CAROLINE GUERIN,
MAGUELONNE CHANDESRIIS,
ANAÏS REMY
Territoire vivant

APPENDICE
Sept visualisations en ligne

— URBANITÉS NUMÉRIQUES

SOUS LA DIRECTION
DE JOCELYNE LE BŒUF,
GRÉGOIRE CLIQUET ET
JEAN-LOUIS KEROUANTON

TEWFIK HAMMOUDI
De l'urbs oppidum
à la datapolis

YI XUN
Une ancienne rue
commerciale chinoise
dans la « ville diffuse »
d'aujourd'hui: le projet
« Hanzhengjie » à Wuhan

JESSICA DE BIDERAN
L'augmentation du
patrimoine urbain, une
exploration informationnelle

MYRIAM BAHUAUD
ET AGNÈS PECOLO
Entre rues et réseaux:
exploration de nouveaux
dispositifs de communication
dite participative

SANDRA MELLOTT
Les dispositifs exploratoires
de la ville (dé) font-ils
les nouveaux explorateurs ?

— SUPPLÉMENT

SOUS LA DIRECTION DE
JOCELYNE LE BŒUF
ET D'ANNIE GENTÉS

JOCELYNE LE BŒUF,
FLORENT ORSONI
ET ANTOINE PICON
Villes intelligentes ?
Entretien avec Antoine Picon

JOCELYNE LE BŒUF
ET VICTOR MARGOLIN
Histoire mondiale du design:
entretien avec Victor Margolin

BASTIEN KERSPERN
ET ESTELLE HARY
Design centré sur les
animaux en milieu urbain
connecté: notes du
compendium

