**LE DESIGN COMME ART DE LA CONCEPTION ET DE LA MEDIATION :**

**Spéculation, expériences et performances**

La naissance du design accompagne, tout au long du XXe siècle, l’essor de l’industrie.

Il s’adapte aux nouveaux matériaux, aux modes de production et aux besoins de la société de consommation naissante[[1]](#endnote-1). Il développe une culture matérielle de l’objet pour que l’homme puisse jouir du monde.

De plus en plus présent dans les économies contemporaines, il institue une nouvelle transformation du monde – « un monde design » pour reprendre l’expression de Gilles Lipovetsky et Jean Seroy[[2]](#endnote-2).

Le design ne développe plus simplement des formes matérielles sensibles mais également des formes d’existence sensibles – il ne s’attache en somme plus simplement à la production d’objets et de produits mais s’interroge également sur les pratiques, les usages et les formes sociales d’existence.

La définition du design demeure, cependant, un objet de discussion ouverte. Pour les uns, il est plus-value économique par l’esthétique, pour d’autres il est fonctionnaliste et questionne les usages des choses, pour d’autres encore il est une forme dématérialisée dont la signification réside dans les effets produits sur le monde, pour d’autres encore, le design est à la fois un moteur de spéculation financière et un terrain d’inventions créatives - voire artistique. Est-ce dans sa double nature esthétique et utilitaire que naît sa complexité notionnelle et définitionnelle ?

De ce fait, les « objets du design » et les « objets design » se multiplient et paraissent s’adapter au gré des besoins industriels, sociaux et culturels. Ainsi, le design pourrait être appréhendé comme une industrie créative centrée sur l’adaptation et l’ajustement des nouvelles conceptions et compétences à un contexte donné[[3]](#endnote-3). C’est un nouveau mode d’appréhension de la vie, pour Lázló Moholy-Nagy, et de sa conception, pour le designer italien Ettore Sottsass. Le design ne vise pas simplement alors à concevoir des objets, il vise aussi à concevoir un monde et à le rendre accessible et acceptable. S’il produit des objets, il produit également par ces objets une manière d’être au monde.

Une telle considération générale de sa discipline place le designer au cœur d’un processus relationnel qui fait de lui essentiellement un médiateur culturel, d’abord, et un concepteur ensuite. Dans une telle perspective, la perception traditionnelle du design s’inverse. Et l’histoire du design nous fournit, à cet égard, les exemples et les contre-exemples qui font du design, par excellence, un champ de bataille et de résistance à la standardisation des formes et l’uniformité des modes de vie[[4]](#endnote-4).

En l’occurrence, le designer, concepteur de nouvelles formes utilitaires, médiateur de leurs circulations est l’objet de ce colloque international. Une attention particulière sera porté à l’examen attentif de certains thèmes : l’esthétique du design ; les modes de productions et de diffusion ; la valeur marchande de ses productions ; le rapport aux divers modes de production. Nous souhaiterions dresser un inventaire des pratiques du design selon ces enjeux.

Le comité scientifique, ouvert à toute perspective, sera toutefois plus sensible à des communications interrogeant des cas spécifiques et des expériences précis pouvant comprendre la variété des pratiques actuelles du design.

Le comité scientifique sera également attentif aux propositions de communication ouvrant des espaces de réflexions interdisciplinaires.

Le design est une pratique contextuelle et le comité scientifique souhaiterait voir apparaître des propositions sur la situation du design dans l’économie de la création spécifique à certains territoires.

Nous proposons d’organiser ces questionnements à partir de pistes réflexives pouvant bien orienter les flux d’idées qui seront débattues lors du colloque « Le design comme art de la conception et de la médiation » :

1. Que seront les alternatives de la pratique traditionnelle du design et quelles particularités spéculatives incarnent- elles ?
2. Quels points de liaison existent-ils entre les pratiques du design et des formes de communication et de médiation ?
3. En quoi le design sociétal s’inscrit-il dans une logique relationnelle et comment faut-il entendre cette notion de design sociétal ?
4. Enfin, comment le designer travaille face aux mutations et aux changements actuels (écologie politique et économie, considération sur l’anthropocène des sociétés) ?

Ce colloque international n’est rendu possible que par l’implication et l’engagement des équipes d’enseignants/ chercheurs de l’Institut Supérieur des Arts et Métiers de Mahdia.

Nous avons hâte de vous accueillir les 22, 23 et 24 novembre 2021 à l’amphithéâtre de l’Institut des Arts et Métiers, avenue Taher Haded, Mahdia, Tunisie, pour échanger nos points de vue sur ces multiples et diverses thématiques. Une publication est envisageable pour les propositions de communications retenues.

1. . Baudrillard Jean, *La société de consommation,* 1970. [↑](#endnote-ref-1)
2. Gilles Lipovetsky, Serroy Jean, *L’esthétisation du monde – vivre à l’âge du capitalisme artiste* Folio essais Gallimard Paris 2013

   3Beyaert-Geslin Anne, *Sémiotique du design,* 2012. [↑](#endnote-ref-2)
3. 4Dall’ Armellina Luc, « Le design au secours de la médiation ? Un dispositif contemporain de médiation en question », *Muséologie*, *les cahiers d’études supérieures*, 2021. [↑](#endnote-ref-3)
4. 5. Boutin Marie, *Annales des Mines,* 2013. [↑](#endnote-ref-4)