

# Créativité et design

Ou mieux :

## Créativité appliquée

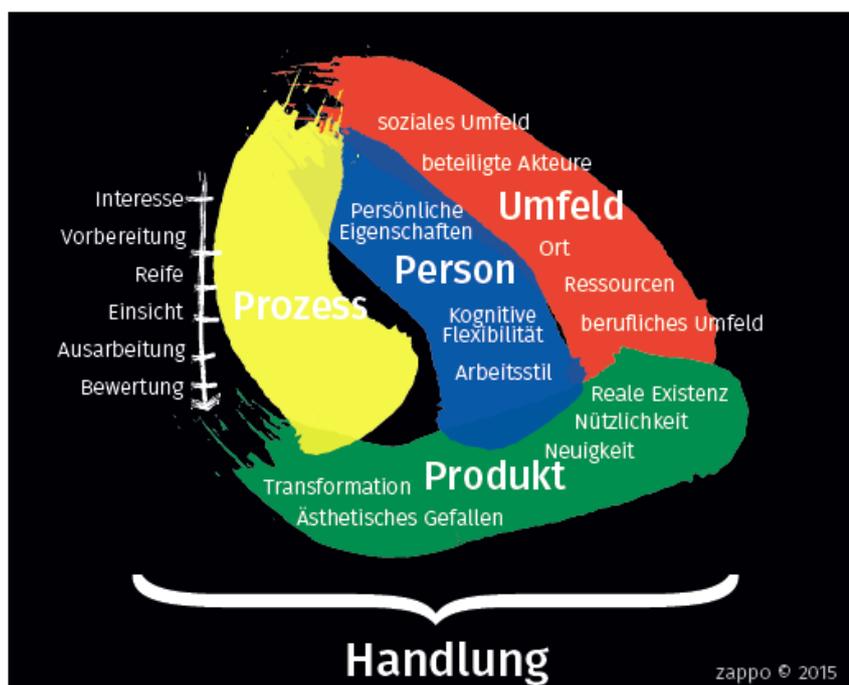
*Créativité comme « capacité créatrice » qui se réalise dans les actions de l'être humain ou dans sa pensée, et qui est d'un côté marquée par son caractère nouveau et original, et de l'autre côté par sa relation cohérente et logique à une solution des problématiques techniques, humaines ou socio-politiques. (Brockhaus (équivalent Larousse), 1996.*

*La créativité est un élément fondamental de l'existence humaine, un processus social large qui demande le sens de coopération. Elle est stimulée par l'échange humain et ses réseaux ; elle a lieu dans des communautés existantes et dans des lieux réels. Richard Florida : The rise of the creative class, 2002.*

## Briques de constructions de la créativité

Commanditaires, utilisateurs et parties intéressées ne demandent que le meilleur et le plus utile, le plus créatif d'un designer. Celui-ci doit donc disposer des meilleures conditions pour son travail créatif. Et si l'on veut libérer la créativité et le travail créatif de leur image nébuleuse et romantique, on ne peut éviter d'étudier les briques de construction de la créativité.

Le **designer** avec sa personnalité et ses compétences est au centre (Person). Il faut prendre en considération son **environnement (Umfeld)** qui soutient le travail créatif du designer. Ceci inclut les ressources utilisables à sa disposition comme également la rémunération et le cadre de travail. L'objectif du travail créatif est **l'artefact réel (Produkt)** à **mettre en forme** (allmand *gestalten*), avec des nouvelles propriétés, nouvelles fonctions et esthétiquement attractif - la troisième brique. Le **processus créatif (Prozess)** prend une place particulière parmi les autres briques. Il relie en tant que 4<sup>ème</sup> brique la personnalité du designer avec l'environnement et l'artefact à réaliser.



## Processus créatif

Le processus développé ici est une démarche de travail qui consiste à **développer des nouvelles idées**, à **les exprimer**, à leur **donner une apparence (Gestalt), une forme**, à réaliser des **prototypes** et à **préparer la production**. Le processus créatif peut être la démarche d'un designer, ou bien d'une équipe composée de designers, et des commanditaires, des utilisateurs et parties intéressées.

Le processus créatif est un élément intégré à toutes les étapes du processus de design, ainsi dans toutes les étapes de travail ont lieu des processus créatifs.

Le processus créatif est un processus itératif (qui se répète) et peut être classé en 6 parties :

- 1- Cerner le problème, la demande.
- 2- Déterminer l'objectif
- 3- Incuber le processus.
- 4- La révélation, la compréhension.
- 5- Le développement.
- 6- L'évaluation.

### Partie 1 - Cerner le problème, la demande.

La question est : « Tiens, c'est étrange... ». Dans cette première partie, on trouve la curiosité (d'enfant), l'envie de découvrir, la motivation de changer quelque chose - la volonté de mettre en forme. Cette volonté des commanditaires comme des designers est immanente (interne, en soi). Le commanditaire souhaite avancer, faire progresser son entreprise, le Designer souhaite améliorer, créer des alternatives pour l'avenir.

### Partie 2 - Déterminer l'objectif.

De cette question naît la prochaine étape : constituer une base de connaissances, faire des recherches, collectionner des informations et formuler ce qui doit être changé.

### Partie 3 - Incuber le processus.

Lors du processus d'incubation, on cherche des approches de solutions, des idées. Dans ce cas, les informations seront associées à nouveau et différemment afin de casser les schémas de pensées habituels. Il faut trouver différentes approches et réfléchir dans différentes directions.

### Partie 4 - Révélation, compréhension.

De cette variété des différentes approches, on filtre la plus pertinente. Eureka ! On a trouvé une solution pour atteindre l'objectif ou accomplir la mission.

### Partie 5 - Développement.

Cette approche de solution pertinente sera développée maintenant. L'idée prend forme ici. La faisabilité et la réalisation prévue seront examinées pour la première fois à l'aide de prototypes dans cette phase de mise en forme.

## Partie 6 - Evaluation.

Dans cette étape, on pose la question : Est-ce que le résultat obtenu est approprié pour résoudre le problème ou accomplir la mission ? Il s'agit entre autre de l'acceptation de l'utilisateur, de l'utilité, de la praticabilité et de la consommation des ressources. Dans le cas où l'objectif ne peut être atteint, on recule étape par étape.

## Méthodes créatives

Les designers ont développé des méthodes individuelles. Ils misent pour cela sur leurs routines créatives :

- Intuition
- Destruction
- Action
- Réflexion
- Sélection
- Production

Quand le processus a lieu lors de la collaboration au sein d'une équipe, il est conseillé de se servir de méthodes préétablies. Par rapport au choix des méthodes, qui soutiennent différentes procédures de pensée et d'avancement, on peut se restreindre à quelques méthodes transversales. Celles-ci sont bien pratiques surtout quand il s'agit d'une équipe mixte d'une collaboration de managers, designers et usagers car tous les styles de pensées peuvent être intégrés.

### **Brainstorming-** pour récolte d'idées et tours de table :

Le brainstorming se divise en deux phases. Phase 1 – trouver plein d'idées osées ; Phase 2 – ordonner les idées et les évaluer. Le brainstorming doit se dérouler d'une manière rapide et croquante. Pour qu'il soit efficace, il faut bien le planifier. Quatre règles fondamentales doivent être respectées :

1. Il est souhaité d'associer et de reprendre les idées déjà énoncées.
2. Commentaires, corrections et critiques sont interdits.
3. Trouver un maximum d'idées en peu de temps.
4. Associations libres et divagations sont permises.

### **Réflexions visuelles-** croquis spontanés pour récolter les idées :

Lorsque le brainstorming utilise des lettres, chiffres et phrases, on utilise en revanche des signes, symboles, images et photos pour les réflexions visuelles qui sont plus ouvertes et polysémiques. Le support papier devient alors une jonction avec le cerveau. Pour cela, le savoir dessiner ne compte pas par rapport au processus de représentation visuel.

### **Mind-Mapping-** carte de pensées qu'on met en place pour la compréhension et la représentation visuelle d'un domaine de thématiques :

On profite des mind-mappings pour la récolte d'informations et d'idées lors du brainstorming et des réflexions visuelles car chaque mot clé peut en associer d'autres. On peut par ces associations

construire des larges cartes de pensées. Elles aident pour la structuration, la présentation, la planification et l'organisation.

« Six chapeaux » de De Bono – réflexions parallèles, réflexions transversales en groupes avec différentes manières de réflexions et angles de vue :

Chacun des six « chapeaux » représente une différente approche :

**Objective** – pensée analytique : concentration sur les faits et demandes et comment ils peuvent être atteints.

**Subjective** – pensée émotionnelle, ressentis : concentration sur les sensations et opinions.

**Critique** – pensée critique : partager des considérations de risque, des problèmes, du scepticisme, de la critique et des peurs, « worst-case-scénario » ?

**Spéculative** – pensée optimiste : Quel est le « Best-case-scénario » ?

**Constructive** – pensée créative et associative : nouvelles idées, créativité.

**Modérée** : pensée modérée et ordonnée : une vue globale sur les processus et règles.