

CAHIERS DE
NARRATOLOGIE

Cahiers de Narratologie

Analyse et théorie narratives

26 | 2014

**Nouvelles frontières du récit. Au-delà de l'opposition
entre factuel et fictionnel**

Dispositif discursif visant l'énonciation d'idées nouvelles en innovation : les règles d'écriture des récits d'usage

Laurent Collet



Electronic version

URL: <http://journals.openedition.org/narratologie/6856>

DOI: 10.4000/narratologie.6856

ISSN: 1765-307X

Publisher

LIRCES

Electronic reference

Laurent Collet, « Dispositif discursif visant l'énonciation d'idées nouvelles en innovation : les règles d'écriture des récits d'usage », *Cahiers de Narratologie* [Online], 26 | 2014, Online since 11 September 2014, connection on 01 May 2019. URL : <http://journals.openedition.org/narratologie/6856> ; DOI : 10.4000/narratologie.6856

This text was automatically generated on 1 May 2019.

Article L.111-1 du Code de la propriété intellectuelle.

Dispositif discursif visant l'énonciation d'idées nouvelles en innovation : les règles d'écriture des récits d'usage

Laurent Collet

- 1 Avec l'industrialisation de la société, les petits récits entrepreneuriaux et marchands se sont substitués aux grands récits politiques, religieux, syndicaux, ou *a minima* ont pris une importance considérable dans la société occidentale moderne. *Storytelling, scenario-based design, success story* d'entrepreneurs, scénarios stratégiques sont des types de discours de plus en plus répandus soit au sein des organisations, soit à l'extérieur, dans l'ensemble de la société. D'ailleurs, certaines formations et disciplines scientifiques accompagnent ce mouvement : les sciences de l'éducation et les scénarios pédagogiques, les sciences de gestion et les scénarios stratégiques, les sciences informatiques et les scénarios d'utilisation, etc.
- 2 L'objet de cet article sera de proposer une méthode spécifique de construction de *scenario-based design* dans le cadre d'une approche sémio-communicationnelle où les enjeux d'intercompréhension entre acteur et de communication orientée vers le succès¹ reposent à la fois sur un dispositif et sur un processus d'écriture. Afin de réaliser cet objectif, nous nous appuyons sur des recherches menées depuis plusieurs années, entamées dans le cadre de l'équipe de recherche technologique² Uman Lab à Grenoble et poursuivies au sein du laboratoire I3M à Toulon.
- 3 Ces recherches ont été l'occasion de vérifier une hypothèse centrale : rédiger des anticipations d'usage de produits/services innovant en reprenant et en adaptant les acquis de l'approche structurale des récits. Ayant été menées en partenariat avec des acteurs privés avec lesquels nous sommes liés par des contrats de confidentialité, le lecteur sera peut-être déçu de ne pas pouvoir lire d'histoires concrètes issues de ces expériences. Par contre, il pourra, ça et là, découvrir des exemples réellement travaillés.

L'entreprise, l'innovation et le *scenario-based design*

- 4 En France, le *storytelling* est le plus connu des dispositifs de narration d'entreprise parce qu'il a été l'objet d'un livre à succès écrit par l'écrivain-chercheur, Christian Salmon, qui le définit comme une technique qui vise à agir positivement sur les représentations des salariés, consommateurs, électeurs, ... en « racontant des histoires³ ». Plus précisément, cette pratique, de plus en plus répandue dans la communication marchande ou politique consiste à mettre en scène des valeurs positives que l'ont veut lier à un produit/service ou à un candidat à des élections. Ce faisant, les tenants du *storytelling* ne cherchent plus à vendre seulement un produit mais des valeurs et une expérience à vivre⁴. Par rapport à la réclame qui vantait les mérites plus ou moins objectifs d'un produit, c'est donc une manière différente de promouvoir l'offre pour reprendre la dichotomie entre offre et demande.
- 5 Ces récits ont pour particularité d'être à la fois fictionnels et factuels. En effet, si nous nous attardons un peu sur les *success stories* du secteur informatique, comment faire la différence entre un récit publicitaire comme « 1984 » qui vante les mérites du premier Macintosh d'Apple et l'histoire de l'entreprise Apple telle que l'a décrite Steve Jobs ? La Bluebox est-elle vraiment à l'origine de l'entreprise ? Steve Jobs a-t-il réellement vendu son Volkswagen combi et Steve Wozniak sa calculatrice HP-65 pour financer la création de l'entreprise Apple ? Lorsque le 1er Janvier 1939, William Hewlett et David Packard, deux ingénieurs en électronique fondent leur société dans un garage à quelques kilomètres de San Francisco, ont-ils réellement joué à pile ou face pour déterminer le nom de la société Hewlett-Packard plutôt Packard-Hewlett ? Michel Dell a-t-il réellement assemblé ses premiers micro-ordinateurs dans sa chambre d'étudiant ?
- 6 Les *success stories*, dont nous venons de citer quelques exemples, ne sont pas les seules à faire cohabiter des faits avec des éléments imaginés ou imaginaires. C'est le cas pour tout récit, y compris et peut-être, surtout, pour le *scenario-based design*. Cette pratique s'attache à définir les principales fonctionnalités d'une offre technologique à venir en pensant son utilisation en contexte. Mais peut-on parler de scénario ? Et que pourraient apporter des scénarios à l'innovation ? De l'imaginaire technologique ? De la vraisemblance sociale ? Ou l'inverse : imaginaire social et vraisemblance technologique ? Voir tout cela en même temps ?

Scenario-based design ou récit d'usage ?

- 7 Le terme de scénario dans *scenario-based design* est impropre, car il désigne sous le même vocable des réalités parfois fortement différentes (films, animations flash, photomontages, ...) alors que le scénario est un document technique écrit, qui fait référence dans le monde de la production audiovisuelle. Il présente une histoire sous la forme de scènes avec leurs dialogues. Il a une place dans la chaîne de production audiovisuelle entre le synopsis et le découpage technique⁵. Etant donc impropre pour définir ce que font réellement les entreprises qui pratiquent le *scenario-based design*, nous lui préférons le terme de « récit ».
- 8 Il en va de même pour le terme de *design*, qui peut servir à désigner deux choses : « concevoir » et « dessiner ». Or, concevoir des produits/services innovants demande de se situer à l'intersection de deux univers : l'univers de la production et celui de la

consommation. Ces univers ont en commun des représentations sociales liées aux objets, aux êtres, aux actions, aux affects et à la société elle-même. Cette communauté ne signifie pas le partage des mêmes valeurs comme l'explique Patrice Flichy à travers les notions de cadre d'utilisation et cadre d'usage. Pour cet auteur, une innovation trouve sa place dans la société une fois que les deux cadres sont stabilisés. Le premier touche aux dimensions ergonomiques, fonctionnelles de l'innovation, le second à l'utilité et aux valeurs pour les utilisateurs, usagers ou consommateurs. Tout l'enjeu d'un projet innovant est donc de penser conjointement ces deux cadres. C'est pourquoi, il serait plus judicieux de parler de récits d'anticipation des usages plutôt que de *scenario-based design*.

La recherche sur les récits d'usage

- 9 La littérature sur le *scenario-based design* montre qu'il est devenu une pratique courante dans la conception des interfaces homme/machine⁶. De tels scénarios décrivent l'activité future susceptible de se réaliser avec le système à développer⁷. Ils doivent également répondre à la question de l'anticipation des usages de ces systèmes ou de ces innovations et à leur évaluation du point de vue de l'acceptabilité éventuelle de la part des utilisateurs potentiels. Pour ce faire, le contenu des scénarios doit être « réaliste » au sens où les futurs utilisateurs devront pouvoir identifier les situations présentées comme faisant partie de leur quotidien⁸.
- 10 Au-delà de ces consignes générales, la littérature sur les méthodes de *scenario-based design* se contente de décrire le processus à suivre : enquêtes de la cible sur base de questionnaire ou d'analyse de traces informatiques, écriture de situations d'usage, travail collaboratif d'écriture (Faure, Marzouki, Remy, Tajahmady, & Venica, 2004). A ce processus, on peut adjoindre des *storyboards* et des maquettes d'interface utilisateur⁹. Mais il n'existe pas de méthode ou de dispositif théorisé pour élaborer ces scénarios¹⁰.
- 11 Or, l'enjeu du *scenario-based design* n'est pas seulement de mettre en scène des usages de produits/services innovants ou de représenter une technologie qui n'existe pas encore. Ils doivent également permettre de déconstruire les représentations des concepteurs et leurs reconstructions au plus près de celles des utilisateurs via la formation, la collecte et la transmission de connaissances entre pairs, le travail en interdisciplinarité, voire la prise en compte de la parole « d'usagers¹¹ ». La sociologie de l'innovation considère ces productions comme des objets intermédiaires¹² :
 - de traduction des différentes interventions d'acteurs hétérogènes (commanditaire, représentants des usagers finaux, spécialistes). En effet, un produit change au fur et à mesure des interventions de nouveaux acteurs dans la phase de conception. Il permet de fixer et de négocier les différentes intentions des auteurs.
 - de médiation au niveau des différentes phases du déroulement temporel du processus de conception. Le document fige le projet à un moment et de telle sorte qu'il puisse servir de document de travail durant l'étape suivante. Ce n'est pas un support passif de l'action mais cela lui donne un cadre de référence.
 - de représentation du produit tel qu'il doit être, mais qui n'est pas encore. Ce qui permettra ensuite aux acteurs de s'en saisir sous un mode cognitif et affectif. Un document de conception est donc également un processus de construction de connaissances.
- 13 Mais ces objets ne sont pas des objets frontières, c'est-à-dire que la forme qu'ils doivent prendre n'est pas encore rationalisée. Il peut s'agir d'animations multimédias, de films

courts, de romans-photos, ... Les formes développées sont aussi nombreuses que les projets faisant appel au *scenario-based design*. Et au lieu de favoriser l'intercompréhension entre acteurs d'un projet, ils peuvent rajouter de l'incompréhension. Dès lors, comment faire cohabiter dans un même document des données factuelles – ce que l'on sait du social – avec des imaginaires techniques – ce qu'on envisage comme dispositif technique ? Comment produire des récits qui soient à la fois factuels et fictionnels ?

- 14 Notre apport scientifique vise donc à établir des processus et dispositifs d'écriture des récits d'usage de manière à ce que ceux-ci deviennent des objets frontières de conception. La notion de dispositif joue ainsi un rôle central dans notre réflexion. Il s'agit d'envisager les récits d'usage comme des constructions sociales issues de processus d'interaction entre des individus (producteurs, consommateurs, usagers, citoyens) qui sont aussi des sujets socialisés et un ensemble hétérogène de techniques¹³.

Une recherche/action sur les récits d'usage

- 15 Ce travail de recherche trouve son origine, d'une part dans nos anciennes expériences de concepteurs multimédia, d'autre part dans l'intérêt porté par des industriels à penser leurs démarches de *scenario-based design*. Il pose des questions communicationnelles et sémiotiques, qui ne sont toujours pas réglées dans les processus d'innovation industrielle, mais vise à enrichir la recherche de problématiques industrielles et l'industrie de résultats scientifiques.

Les questions théoriques

- 16 Afin de problématiser notre travail de recherche/action sur l'élaboration d'un processus et dispositif d'écriture de récits d'usage innovants, nous avons formulé plusieurs hypothèses quant à l'innovation et au rôle que pourraient y jouer des récits d'usage :
- 17 -L'insertion sociale d'un nouveau produit/service marchand dépend de son inscription dans les logiques sociales dominantes de son époque. Elles sont portées par des configurations d'individus, qui partagent des activités et des valeurs leur permettant de vivre ensemble. Pour paraphraser Norbert Elias, il n'y a pas, d'un côté, les individus et, de l'autre, la société. L'un n'existe pas sans l'autre. Ces logiques sociales s'expriment donc autant à un niveau macro qu'à un niveau micro-sociologique. Dès lors, imaginer l'utilisation d'un dispositif technique par un individu particulier doit se faire en fonction de tendances lourdes structurant la vie des individus en société. Un *persona*¹⁴, lorsqu'il existe dans un récit, doit être représentatif d'une catégorie sociale. Sa construction doit alors s'appuyer sur des données économiques, sociales, culturelles. Elle doit reposer sur un important travail de veille permettant de définir des profils types. Ce qui peut amener à construire plusieurs récits pour un même dispositif innovant.
- l'innovation est devenue un moteur de l'économie moderne. Aussi, la recherche en innovation doit-elle être considérée, dans le secteur marchand, comme un désir subjectif ou un manque objectif du côté des entreprises et surtout pas comme des besoins du côté des consommateurs¹⁵. Ces manques ou désirs de l'entreprise doivent néanmoins se traduire en manque ou désir pour l'utilisateur potentiel de la future offre. En termes narratologiques, la raison d'être d'une quête est de combler un manque. Un sujet opérateur ne connaît pas des besoins, mais des manques. Ces manques peuvent entraîner des actions, des désirs, des savoirs, des pouvoirs, des devoirs. D'où l'intérêt de l'approche

structurale des récits pour penser l'innovation.

-Les entreprises ont mis en place des équipes de développement pluridisciplinaires de manière à réduire les risques d'échec de leurs innovations. Pour les équipes en charge de tels projets, l'interdisciplinarité et l'appréhension de la complexité passe alors par la production de documents censés favoriser la coopération entre acteurs, ainsi que leur enrichissement mutuel. C'est dans ce cadre que se sont développées des médiatisations multimédias (textuelles, sonores et visuelles), portant l'espoir d'une meilleure intercompréhension des pratiques et des imaginaires sociaux de tous les acteurs. Or, le passage de discours écrits (rapports de recherche, études de marché, analyse de la concurrence, etc.) à des discours multimédias ne va pas de soi parce que les représentations visuelles peuvent porter en elles des sens non voulus par l'émetteur d'un message et « parasiter » son sens voulu. D'où la nécessité d'opter pour des objets de médiation utilisant des symboles (et non des indices ou des icônes) dans les projets d'innovation pour fixer au maximum le sens des messages.

- Pour représenter à la fois les actions entre acteurs et un produit/service final ayant de fortes chances d'insertion sociale, ces récits doivent s'appuyer sur des structures fortes afin de favoriser l'intercompréhension entre acteurs d'un projet. Plus particulièrement, la distinction de Nicole Everaet-Desmet¹⁶ entre « programme narratif principal » et « programme narratif secondaire » semble pertinente pour tenir, au sein d'un même récit, la dimension « usage » (sens social de l'innovation) et la dimension « utilisation » (ergonomie et fonctionnalités des produits/services). A cette distinction, viennent se rajouter d'autres éléments et niveaux de construction des récits : la syntaxe narrative, le schéma actantiel et la mise en forme.

- 18 Le dispositif d'écriture que nous proposons de tester comme objet frontière dans les processus d'innovation repose donc sur une structure traditionnelle des récits et un contenu centré sur l'expérience de l'utilisateur pas seulement au niveau de l'utilisation mais également celui des valeurs. Le contenu devrait être alimenté par des données sociales, culturelles, économiques, techniques et pourrait faire l'objet de tests.

Les terrains d'expérimentation

- 19 Nous avons commencé ce travail de recherche/action au sein d'une Equipe de Recherche Technologiques (ERT) en sciences sociales à la fin des années 2000. Nous le poursuivons aujourd'hui au sein du laboratoire de recherche I3M.
- 20 Le travail dans l'ERT Umanlab nous a permis de travailler avec l'entreprise BIC qui face au développement du web et des objets communiquant se demandait (et se demande toujours) comment se positionner dans le domaine de l'écriture numérique¹⁷. Un protocole scientifique a été établi découpant le travail en plusieurs phases :
- 21 -une séance de créativité commune entre ingénieurs de BIC et chercheurs de Umanlab,
 -l'écriture de plusieurs récits d'usage,
 -une sélection des récits les plus en adéquation avec les valeurs de la marque,
 -une veille technologique, économique, sociale et juridique,
 -une réécriture des récits,
 -un travail de mise en forme graphique de scénettes,
 -l'organisation de *focus groups* avec des représentants des publics cibles.
- 22 Pour ce qui est des recherches menées au sein du laboratoire I3M, elles se sont faites en partenariat avec l'entreprise Eurocopter, dont la commande en cours est l'élaboration de

nouveaux dispositifs de formation pour l'hélicoptère du futur. Dans ce cadre, et en tenant compte des acquis de l'expérience du projet précédent, la méthodologie a été simplifiée :

- 23 -interview des acteurs de la formation au sein de l'entreprise Eurocopter,
-veille technologique, économique, sociale et juridique du secteur de la formation dans le domaine de l'aéronautique,
-rédaction de récits d'usage,
-élaboration de dispositifs et de contenus de formation,
-tests auprès d'utilisateurs.
- 24 Il est possible de constater des différences et des points communs entre les deux processus. Comment les expliquer ?
- 25 Tout d'abord, en ce qui concerne les différences, au-delà de l'articulation entre utilisation et usage, il faut arriver à créer un langage commun entre les différents acteurs d'un projet, entre des professionnels de l'industrie qui ont très souvent une formation d'ingénieur et des professionnels de la recherche, qui, à cet effet, acquièrent une formation en sciences humaines et sociales. Or, l'intercompréhension prend du temps et demande du recul au chercheur. Cela explique pourquoi, au départ d'un projet, des séances de créativité ne peuvent pas porter leurs fruits, chaque acteur dépendant de son univers de référence et éprouvant des difficultés à rentrer dans l'univers de l'autre. C'est ainsi que le travail sur les récits doit commencer, de la part des rédacteurs, par la compréhension de l'expérience vécue de ses interlocuteurs et des populations-cibles, ainsi que par une connaissance des avancées technologiques. A ce stage, interviews et veille sont des démarches adaptées à l'intercompréhension. Pour la technologie, il s'agit d'effectuer une veille sur les dispositifs existants et ceux à venir dans un futur proche. Pour les données sociologiques, il faut chercher et trouver des enquêtes statistiques qu'il faut compléter avec des entretiens semi-directifs de représentants d'usagers finaux. Et une fois, des *persona* et des objets techniques vaguement identifiées, le travail sur les récits d'usage peut commencer.
- 26 Enfin, pour ce qui est des points communs, la rédaction d'un récit avant sa mise en image et le test de prototype reste un préalable qui favorise l'intercompréhension. Dans les différents projets menés, il a fallu à chaque fois plus d'une dizaine de versions avant que le produit/service soit accepté.
- 27 L'important est de suivre un cheminement logique dans la production des récits tout en restant réactif : construction des *persona*, développement d'un récit, illustration par des saynètes, test auprès de focus group.

Les récits d'usage : retour d'expérience

- 28 Nous avons pu constater que la création d'histoires favorisait la communication entre acteurs, car elle autorisait autant des propos argumentés que des propos subjectifs (comme on peut l'entendre à la sortie des salles de cinéma, dans un salon d'une famille regardant un film à la télévision, etc.). La raison se situe dans le cadre de communication ouvert par une histoire conçue dans le cadre d'un projet innovant. Elle se caractérise par le droit à dériver, à faire jouer les points de vue subjectifs. Ainsi, sous le régime de la fiction, tous les points de vue peuvent s'exprimer. Surtout, il n'y a pas de bonne ou de mauvaise idée sous ce régime ; juste des idées.

- 29 Néanmoins, arriver à produire un récit complet, cohérent et partagé par tous, n'est possible que si plusieurs ingrédients narratifs sont mobilisés : une syntaxe narrative adaptée à une réflexion sur les usages, un schéma actantiel spécifique où l'innovation est un adjuvant, des effets de vraisemblable, un narrateur extra-diégétique omniscient.

Syntaxe narrative classique mais adaptée

- 30 L'usage d'un produit/service se fait dans le cadre d'actions quotidiennes de résolution de problèmes. Le dispositif à concevoir n'est alors qu'un adjuvant à un individu ou à un groupe d'individus. Il ne doit pas être le contenu de la quête principale mais son apprentissage peut faire l'objet de quêtes secondaires.
- 31 La syntaxe des récits doit respecter l'enchaînement suivant :
- 32 -Exposé d'un *persona* et de son contexte de vie, qui explicite les données sociales objectives de l'expérience vécue. Ce *persona* a une vie indépendante de l'événement qui va conduire à l'usage d'un dispositif innovant. Son élaboration est un enjeu marketing car il définit la cible à laquelle on veut s'adresser. Mais c'est également un enjeu cognitif dans le projet car de cela va dépendre l'entrée dans l'histoire des acteurs de l'innovation. Son profil doit *a minima* intégrer les données suivantes : sexe, âge, nationalité, statut familial, catégorie professionnelle et sociale, prénom crédible pour sa tranche d'âge.
- Élément déclencheur d'un problème vraisemblable. Nul besoin de l'expérience d'un David Vincent¹⁸ pour créer un événement. Il est banal, voire récurrent dans la vie du *persona*. Il n'a pas à être inventé mais identifié dans la phase de veille. Ainsi, les événements déployés dans les récits construits dans les coopérations avec les entreprises Bic ou Eurocopter ont été :
- Le départ dans une classe verte pour une adolescente, provoquant le désir de rester connectée avec des ami(e)s et le devoir de tenir informé ses parents,
- Une demi-journée chez des grands parents pour deux enfants et le pouvoir de s'amuser seuls,
- Le pouvoir d'un employeur d'imposer une formation à un salarié
- ...
- 33 Ces quelques exemples démontrent que les énoncés déclencheurs de quête peuvent être de l'ordre du désir, du devoir, du savoir ou du pouvoir¹⁹.
- 34 -Quête du *persona* pour résoudre ce problème où se développe la dimension de l'utilisation. Dans les premières versions du récit, la description de l'utilisation est succincte. Au fur et à mesure des échanges entre participants, cette description va s'enrichir. Dans la version finale, la description de l'utilisation est complète. A cette occasion, les rédacteurs peuvent se demander si le *persona* est assez compétent pour utiliser le produit/service, qui va de paire avec celle de l'utilisation.
- Surtout, les fonctionnalités du produit/service innovant introduisent des rapports au monde qui sont porteurs de valeurs le plus possible ajustées à celles portées par le *persona* et formant son identité sociale²⁰ :
- Perdre/gagner du temps
- Dominer/découvrir l'espace
- Rencontrer/éviter les autres
- Se rassurer/se mettre en danger
- ...

-Sanction positive de réalisation de la quête en précisant la plus-value du produit/service en termes de relation de l'individu à soi, aux autres, à l'espace, au temps, ... A ce niveau, les significations imaginaires sociales prennent toute leur importance. Le *persona* doit être transformé par l'expérience d'usage du produit/service innovant et en état de symbiose avec l'objet (produit/service) matériel²¹.

Schéma actantiel spécifique

- 35 Le récit doit comporter une quête principale (programme narratif principal) dont le sens est social et des quêtes secondaires (programmes narratifs secondaires) dont les enjeux sont ergonomiques, graphiques, ... On parlera donc de programme narratif d'usage et de programme narratif d'utilisation.
- 36 En conséquence, le schéma actantiel dans un récit d'usage ne fait pas de l'innovation l'objet de la quête. Celui-ci est plutôt un événement à surmonter. L'innovation est un adjuvant au sujet opérateur. Ses fonctionnalités ne doivent pas faire opposition à la quête. D'ailleurs, dans le royaume de la fiction technologique, le mentor, le personnage plus âgé qui enseigne l'art de l'utilisation d'un dispositif technique, n'existe pas. Le dispositif doit être *user-friendly* et ne pas nécessiter de formation prodiguée par une tierce personne plus âgée ou la lecture d'un manuel d'utilisation. Cette absence de mentor est une contrainte factuelle forte pour des récits d'usage avec des *persona* de moins de 30 ans pour qui la relation entre pairs est très forte (cette donnée ressort de toutes les études sociologiques).

Vraisemblance, faits et fiction

- 37 La première phase de narration consiste à intégrer au sein d'une histoire l'ensemble des éléments identifiés et filtrés au cours des étapes de veille. Le début d'une histoire repose sur des éléments factuels et non fictionnels. La présentation du *persona* principal peut constituer le début du récit. A ce stade, afin de créer des « effets de réel », ce *persona* doit avoir un prénom, qui doit correspondre à son époque. Nous avons alors affaire à un paradoxe, car, tout en produisant un « effet de réel », ce prénom est une fiction. La personne en question n'existe pas. Il s'agit d'un *representamen*, c'est-à-dire une représentation collectivement partagée.
- 38 Nous avons formulé dans nos hypothèses de départ, la nécessité d'avoir un élément déclencheur d'une quête, tiré d'une expérience vécue. Il s'agit donc d'un fait, mais la suite n'est qu'une hypothèse de la part des rédacteurs. En effet, pour inventer un produit ou service qui n'existe pas encore, il faut se placer dans le registre de la fiction.

Narrateur extradiégétique omniscient

- 39 Le texte ne doit pas parler à la première personne du récit, car il limite alors l'expression de sentiments subjectifs à un seul protagoniste. Au contraire, il doit faire appel à un narrateur extra-diégétique omniscient. Ce procédé permet d'anticiper les actions à venir, mais également de revenir dans le passé pour comparer des situations. Il permet de formuler différents points de vue subjectifs liés aux personnages du récit. Il produit également un effet productif dans les séances d'écriture, car il autorise les participants à adopter un point de vue surplombant, ce qui facilite les rajouts et les suppressions.

Conclusion

- 40 Nous nous étions fixés comme objectif de recherche/action de produire un dispositif d'écriture d'intercompréhension visant le succès dans le cadre d'un espace privé. Les allers-retours entre hypothèses de départ et construction de récits d'usage a conduit aux conclusions énoncées plus haut, qui tiennent compte du fait qu'un récit d'usage ne cherche pas à décrire ce qui se passera réellement dans le futur, mais constitue une histoire cohérente et plausible de ce qui pourrait apporter une technologie dans le rapport au temps, à l'espace, aux autres, ...
- 41 Alors que nous pensions au départ que ces récits reposaient sur des faits du présent et des fictions sur le futur, nous nous sommes rendus compte que la réalité est autre : fictionnalisation du présent et factualisation du futur. En effet les éléments technologiques, économiques, sociaux connus du présent, tout en n'étant pas le réel mais des représentations partielles de celui-ci, restent attachés au présent et seule une hypothèse imaginaire peut conduire à le transcender. Pour autant, l'innovation ne peut être de la science-fiction et les récits d'usage doivent traduire en faits concrets le futur imaginé. C'est la condition pour, à travers le récit d'un événement vraisemblable, penser de nouveaux produits/services. En termes peirciens, nous pouvons affirmer que la situation d'équilibre tend à représenter un *objet réel*. L'innovation est, elle, *imaginaire* alors que les usages qu'elle permet sont *imaginables*. Cet imaginable-là permet à l'innovation imaginaire d'avoir des chances de rencontrer le réel²².
- 42 De plus, argumenter, expliquer, décrire ne suffisent pas à faire adhérer des acteurs à un projet innovant, pas plus qu'ils n'aident à formuler des visions cohérentes du futur. Au contraire, la narration, entrecoupées de séquences linguistiques argumentatives, explicatives, descriptives²³ permet tout cela car cette séquence permet aux auteurs et aux lecteurs d'osciller entre le factuel et le fictionnel. Or, cette oscillation est le propre de l'innovation, qui alterne entre présent et futur, factuel et imaginaire.

BIBLIOGRAPHY

- Adam, J.-M (1992). *Les textes : types et prototypes. Récit, description, argumentation, explication et dialogue*, Paris : Nathan.
- Anton, A. I., & Potts, C. (1998). "A Representational Framework for Scenarios of System Use", *Requirements Engineering*, vol. 3, Springer-Verlag London Limited, pp. 219-241.
- Barthes R.(1968). « L'Effet de réel », *Communications* n° 11, pp. 84-89.
- De Radkowski, Ch.-H. (1980), *Les Jeux du désir : de la technique à l'économie*, Paris : PUF.
- Everaert-Desmet, N., (1988). *Sémiotique du récit*, Bruxelles: De Boeck-Wesmael.
- Faure, C., Marzouki, M., Remy, M., Tajahmady, Y., & Venica, C. (2004). *Description des attentes en termes d'usagers et de services. Elaboration de scénarios d'usage*, Paris.

- Field S. (1988), *Scénario : Les Bases de la narration cinématographique*, éditions Dixit Esra
- Greimas, A. J, (1966). *Sémantique structurale : recherche et méthode*, Paris: Larousse.
- Greimas, A. J. (1970). *Du sens*, Paris: Seuil.
- Habermas J. (1978). *L'Espace Public. Archéologie de la Publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise* (1962), Paris : éditions Payot.
- Habermas J. (1981). *Théorie de l'agir communicationnel*, tome 2, Paris, Fayard.
- Haggège M., Collet L. (2011), Exploring new business models with a narrative perspective, *International Product Development Management Conference*, Delft.
- Jeantet Alain (1998). « Les objets intermédiaires dans la conception. Eléments pour une sociologie des processus de conception », *Sociologie du Travail*, n°3, pp. 291-316.
- Mallein Ph. (2009), « Usage des technologies d'information et de communication et signaux faibles du changement social et culturel », Colloque de Cerisy dans *Ethnotechnologie prospective : l'empreinte de la technique* sous la direction d'Elie Faroult et Thierry Gaudin (téléchargeable sur http://www.economie.gouv.fr/files/directions_services/Mutecos/Cycle_annuel/2011/2eme_seminaire/Documentation/tic-et-paradoxes-philippe-mallein.pdf à la date du 04.09.2013).
- Peirce C. S. (1978), *Écrits sur le signe*, rassemblés traduits et commentés par G. Deledalle, Paris : Le Seuil.
- Perusset A. (2013), « Consommation, innovation et narration », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 3 | 2013, mis en ligne le 01 août 2013, consulté le 05 septembre 2013. URL : <http://rfsic.revues.org/434>
- Renevier P., Nigay L. (2004), « Notation de Conception pour les Systèmes Mixtes Collaboratifs et Mobiles » *Premières journées francophones Mobilité et Ubiquité*, Nice, 1-3 Juin 2004, Toulouse : Cépaduès-Editions, pp. 66-73.
- Rolland, C., Achour, C. B., Cauvet, C., Ralyté, J., Sutcliffe, A., Maiden, N., et al. (1998). "A Proposal for a Scenario Classification Framework". *Requirements Engineering*, 3, 23-47.
- Torok, J.-P. (1988), *Le scénario. Histoire, théorie, pratique*, Paris: Editions Henry Veyrier.
- Verchère, C., & Anjembe, E. (2010). « De la difficulté de fabriquer des objets-frontières ». *Revue d'anthropologie des connaissances*, 4(1), pp. 36-64.

Webographie sélective

<http://i3m.univ-tln.fr> à la date du 09.09.2103

NOTES

1. J. Habermas, *L'Espace Public. Archéologie de la Publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise* (1962), trad. française de Marc B. de Launay, Paris, éditions Payot, 1978 et, du même auteur, *Théorie de l'agir communicationnel*, tome 2, Paris, Fayard, 1981.
2. Une équipe de recherche technologique (ERT) est une équipe de recherche qui, en partenariat avec des industriels, mène sur le moyen terme des recherches dans le cadre de projets visant à lever des verrous technologiques relatifs à des problèmes qui n'ont pas de solutions immédiates. En sciences humaines et sociales, l'enjeu est de lever des verrous méthodologiques plus que technologiques.

3. C. Salmon, *Storytelling*, Paris, La Découverte, 2007.
4. A. Perusset, « Consommation, innovation et narration », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 2013. URL : <http://rfsic.revues.org/434>. Consulté le 05/09/2013.
5. S. Field, *Scénario : Les Bases de la narration cinématographique*, éditions Dixit Esra, 1988. Le mot scénario vient de l'italien *scenario*, qui a pour origine le terme latin *scaenarium* désignant l'espace scénique d'un théâtre. Puis, au XVI^e siècle, il sert à désigner le décor et les changements de décor d'une scène à une autre. Au moment de la *Commedia dell'arte*, il désignera le canevas d'une histoire. Le terme n'arrive en France qu'au XVIII^e siècle pour désigner, comme en italien, le sens de « mise en scène ».
6. C. Rolland, et al. "A Proposal for a Scenario Classification Framework" dans *Requirements Engineering*, 3, pp. 23-47.
7. P. Renevier, L. Nigay, *Notation de Conception pour les Systèmes Mixtes Collaboratifs et Mobiles. Premières journées francophones Mobilité et Ubiquité*, Nice, 1-3 Juin 2004, Cépaduès-Editions, 2004, pp. 66-73.
8. C. Faure, et al., *Description des attentes en termes d'usagers et de services. Elaboration de scénarios d'usage*, Paris, 2004.
9. A. I. Anton & C. Potts, "A Representational Framework for Scenarios of System Use" dans *Requirements Engineering*, vol. 3, Springer-Verlag London Limited, 1998, pp. 219-241.
10. Un état de l'art complet sur l'usage des scénarios dans les processus d'innovation a été effectué par des chercheurs de l'ERT Umalab : L'utilisation du scénario dans le processus d'innovation. Une lecture pluridisciplinaire par Oscar Navarro, Fabrice Forest, Olivier Lavoisy et Valérie Chanal, Septembre 2009.
11. C. Verchère, & E. Anjembe, « De la difficulté de fabriquer des objets-frontières » dans *Revue d'anthropologie des connaissances*, 4(1), 2010, pp. 36-64.
12. A. Jeantet « Les objets intermédiaires dans la conception. Eléments pour une sociologie des processus de conception » dans *Sociologie du Travail*, n° 3, 1998, pp. 291-316.
13. Ce travail s'inscrit pleinement dans le projet scientifique du laboratoire I3M repose sur une relecture et une réactualisation du concept de dispositifs socio-techniques d'information et de communication (DISTIC). Il s'agit d'analyser comment les dispositifs construisent leurs utilisateurs autant qu'ils sont façonnés par eux. L'environnement technologique n'est pas neutre. Il forme l'individu en instaurant des normes économiques, ergonomiques, de pratiques acceptées ou imposées. Il est lui-même formé et déformé par des individus isolés ou agissant en réseaux et renvoie aux grandes transformations dans l'organisation générale de la société : industrialisation des activités humaines, individualisation des relations, mutation des identités professionnelles et sociales, reconfiguration des cultures... Les chercheurs d'I3M questionnent, dans leur globalité et leur complexité, le rôle des dynamiques sociales d'appropriation des DISTIC. Ils tentent de montrer comment les technologies de l'information et de la communication agissent dans la durée et convergent avec d'autres pour transformer les représentations et les pratiques sociales dans les médias, la culture, les organisations, etc. (source : <http://i3m.univ-tln.fr> à la date du 09.09.2103).
14. Un persona est un personnage imaginaire représentant un groupe cible dans le cadre du développement d'un nouveau produit ou service.
15. Pour Charles Hubert De Radkowski, le besoin n'existe pas. L'homme connaît des manques à satisfaire. Un manque comblé peut créer du plaisir. Cette expérience positive peut engendrer le désir d'être renouvelée. Cette conception du rapport au monde s'accorde avec celle de l'approche structurale du récit. Cf. C.-H. De Radkowski, *Les Jeux du désir : de la technique à l'économie*, PUF, 1980.
16. N. Everaert-Desmet, *Sémiotique du récit*, Bruxelles, De Boeck-Wesmael, 1988.

17. Nous avons également participé à une seconde expérimentation au sein de l'ERT Umanlab avec le groupe Schneider. A la différence des deux autres terrains, nous n'étions pas cette-fois là dans la peau d'un scénariste en charge de produire un récit d'usage. Nous étions observateurs/participant en charge d'aider une équipe projet à identifier un marché et un modèle économique pour une innovation technologique. Equipé du schéma actantiel greimasien (destinateur, destinataire, objet, sujet, adjuvant, opposant), nous avons pu synthétiser les discussions sous cette forme ; forme que les ingénieurs de recherche se sont appropriés afin d'établir un plan d'action (Haggège, Collet, 2011). La perspective était toute autre et participait de la pratique des scénarios stratégiques, qui sont différents des *scenarios-based design*.

18. David Vincent est le nom d'un personnage de série américaine, portant le titre de « Les envahisseurs ». Après avoir été le témoin de l'atterrissage d'une soucoupe volante, il découvre un plan d'invasion de la terre par des extra-terrestres. Ces derniers se cachent sous une forme humaine. Ils possèdent tout de même d'un signe distinctif : une raideur de l'auriculaire.

19. N. Everaert-Desmet, *op. cit.*

20. Ph. Mallein, « Usage des technologies d'information et de communication et signaux faibles du changement social et culturel », Colloque de Cerisy, *Ethnotechnologie prospective : l'empreinte de la technique* sous la direction d'Elie Faroult et Thierry Gaudin (téléchargeable sur http://www.economie.gouv.fr/files/directions_services/Mutecos/Cycle_annuel/2011/2eme_seminaire/Documentation/tic-et-paradoxes-philippe-mallein.pdf (Consulté le : 04.09.2013).

21. A. Perusset, *op. cit.*

22. C. S. Peirce, *Écrits sur le signe*, rassemblés traduits et commentés par G. Deledalle, Paris, Le Seuil, 1978.

23. J.-M. Adam, *Les textes : types et prototypes. Récit, description, argumentation, explication et dialogue*, Paris, Nathan, 1992.

ABSTRACTS

The *scenario-based design* is a practice which aims to anticipate the experience of using a product/service being developed. But the term is a misnomer and we should prefer talking about "narrative anticipation uses". The sloppy terminology refers to another problem: the lack of writing rules that make social, economic and cultural facts cohabit with technical imagination. This is on what this article focuses: theorizing the narratives of use and propose rules for constructing narratives within contexts of innovation.

Le *scenario-based design* est une pratique de conception qui vise à anticiper l'expérience vécue de l'utilisation d'un produit/service en cours de conception. Le terme est impropre et on devrait lui préférer celui de « récit d'anticipation des usages ». Le manque de rigueur terminologique renvoie à un autre problème : celui de l'absence de règles d'écriture qui permettent de faire cohabiter des faits sociaux, économiques et culturels avec un imaginaire technique. C'est ce à quoi s'attache cet article : théoriser la pratique des récits d'usage et proposer des règles de construction des récits dans le cadre de contextes d'innovation.

INDEX

Chronological index: XXIe siècle

Mots-clés: scenario-based design, récit d'usage, innovation, objet intermédiaire, objet frontière, fiction, factuel

AUTHOR

LAURENT COLLET

Université de Toulon, Ingémédia, Laboratoire I3M