

# Penser comme un designer en quatorze points

Nous savons donc que le design est essentiel. Mais comment les professionnels et les étudiants, loin du monde du design, peuvent-ils apprendre ? En pensant comme un designer ? Et comment peuvent s'en sortir les professions plus spécialisées ? Les médecins, les scientifiques, les chercheurs et les ingénieurs peuvent-ils tirer avantage de savoir comment réfléchit un designer graphique ou un designer interactif ? Y a-t-il quelque chose que les designers connaissent, contrairement à nous, de par leur formation ou leur expérience ? Je crois bien que oui.

Voici les quatorze principes que m'ont appris les designers au cours des ans. Pendant mes conférences à travers le monde, je projette souvent une diapo pour demander au public de produire autant de phrases que possible en commençant par « Les designers... ». Le but est de faire réfléchir sur le design, ce que la plupart d'entre nous ne font jamais. Cet exercice permet aussi aux participants de parler et de se décontracter, ce qui est toujours une bonne chose. Les phrases qui en résultent vont de « Les designers s'habillent en noir » à « Les designers se servent de créativité et d'analyse pour résoudre les problèmes » et de « Les designers rendent les choses belles » à « Les designers rendent les messages clairs », etc.

Ces quatorze points représentent les qualités élémentaires d'un bon design, ils fournissent aussi un bon résumé des thèmes traités dans mon premier livre, *Présentation zen : pour des présentations plus simples, claires et percutantes* (Pearson, 2008). Vous pourrez appliquer la plupart de ces idées dans le cadre de votre profession, quelle qu'elle soit.

## 1. Profiter des contraintes

Les contraintes et les limites sont vos meilleures amies. Elles obligent à améliorer la créativité et à rechercher des solutions ingénieuses qui sans elles n'auraient sans doute pas été découvertes. T.S. Eliot l'exprime ainsi : « En l'absence de contraintes, le travail tend à se disperser. » Les contraintes peuvent vous inspirer et vous libérer, tout dépend du point de vue. Inutile de se plaindre du manque de temps, du manque d'argent et de l'absence d'outils. Votre problème doit être résolu dans le cadre du temps et du budget dont vous disposez. Vous n'aurez souvent que peu d'options et encore moins de choix. Encore que, comme le rappelle le spécialiste zen Steve Hagen, dans la vie comme dans le design, « la véritable liberté ne repose pas sur une multiplicité de choix, mais on la trouve,

ironiquement, là où les choix sont restreints ». Apprenez à considérer les limites non comme des désagréments, mais comme un moyen de vous forcer à réfléchir de manière créative.

## 2. Pratiquer la retenue

On peut toujours en ajouter un peu plus. Choisir ce qu'il faut conserver et ce qu'il faut exclure est toujours difficile, il faut de la discipline et de la volonté. L'autoédition est une compétence importante et nous devons tous nous y confronter. Abandonner nos « bébés » est éprouvant – ces idées sur lesquelles nous avons longtemps travaillé, qui se sont développées et auxquelles nous nous sommes attachés –, et il est parfois impossible de percevoir qu'elles ne sont pas nécessaires. Hillman Curtis, designer dans le domaine des nouveaux médias, dit : « Vous pouvez inclure dans un design des choses que vous estimez indispensables, mais bien souvent elles ne le sont qu'à vos yeux. » Le génie se trouve souvent dans ce que vous omettez.

## 3. Savoir s'arrêter

*Hara hachi bu*, qui signifie « ne vous remplissez l'estomac qu'à 80 % », est un concept japonais qui provient du monde culinaire. Ce concept convient également à la durée des réunions et à la longueur des présentations, aussi bien qu'à la quantité de contenu et au nombre d'éléments utilisés pour exprimer un message. Vous seul pouvez répondre à la question « quelle quantité mettre ? », car vous êtes le plus proche du problème. Souvenez-vous simplement que « l'autoretenue » – celle qui est pratiquée dans *hara hachi bu* – est difficile, mais qu'elle conduit souvent à plus de clarté. Résistez à l'envie d'en ajouter davantage, « au cas où ».



J'ai utilisé ces diapos dans des ateliers dont le thème concerne les principes d'autocontrôle et de modération. Ces idées sont mises en pratique dans les arts zen. Les photos des jardins ont été prises par Markuz Wernli Saito.



#### **4. Réagir comme un débutant**

Comme le dit l'adage, « dans la tête de l'expert il n'y a que quelques possibilités, mais dans celle du débutant le monde est grand ouvert ». Même si vous êtes expert dans votre domaine, reculez d'un pas et abordez votre problème de la manière dont le ferait un enfant, sans idée préconçue sur ce qui est possible ou non. Pour exercer votre créativité, n'hésitez pas à examiner le problème sous un angle différent. Les designers savent prendre des risques, surtout lors des phases exploratoires. Ils ne craignent pas de casser les codes. Les bons designers ont l'esprit ouvert et sont à l'aise avec les ambiguïtés qui interviennent au début d'une démarche : c'est ainsi que sont nées les grandes découvertes.

#### **5. Laisser son ego au vestiaire**

Il s'agit non pas de vous, mais d'eux. Il s'agit de votre public, de vos clients, de vos patients, de vos étudiants, etc. Abordez le problème de leur point de vue, mettez-vous dans leurs chaussures. Ce n'est pas facile, il faut une bonne dose d'empathie. L'empathie est une compétence sous-évaluée qui peut vraiment vous faire sortir du lot. Elle est essentielle pour véritablement comprendre un problème, un de ceux qui ont un impact sur les autres. L'une des idées fondamentales du design et de la réflexion sur le sujet est que nous ne sommes pas concernés. Il s'agit toujours de résoudre un problème dans l'intérêt d'autrui.

#### **6. Se concentrer sur l'expérience du design**

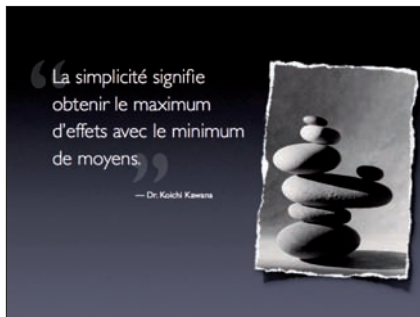
C'est non pas la chose elle-même, mais l'expérience de la chose. Ce point est lié au numéro 4 : mettez-vous à la place du débutant. Comment les gens interagissent-ils avec votre solution ? On ne parle pas des fonctionnalités de votre produit ni de la supériorité de votre design ; on parle ici de sa signification aux yeux des utilisateurs. Il s'agit de savoir comment de vraies personnes y réagissent. Rappelez-vous que tout design doit avoir un composant émotionnel. Parfois, même, ce composant est le plus important, même si les utilisateurs n'en sont pas conscients. Ne négligez jamais l'aspect émotionnel de vos solutions.

## 7. Devenir un maître conteur

Il arrive souvent que ce soit non pas le design – en tant que solution à un problème – qui soit important, mais son histoire. Ce point est en corrélation avec le numéro 5. Laissez votre ego de côté et concentrez-vous sur la signification de la solution. Exercez-vous à l'illustrer, à la fois verbalement et visuellement. Apprenez à éviter les discours trop lisses, entraînez plutôt les gens dans un court voyage expliquant la signification de votre design. Attaquez par le général pour mettre le détail en exergue. Revenez en arrière pour rappeler le thème principal ou le concept essentiel, puis zoomez à nouveau sur un autre détail, pour le mettre en lumière. Les détails sont importants et nécessaires, mais les gens se souviendront avant tout de l'histoire.

## 8. Penser communication et non pas décoration

Le design, y compris le graphisme, ne concerne pas l'esthétique, bien que celle-ci soit importante. Adoptez le principe général de produire des visuels et autres designs qui n'expriment que le strict nécessaire. Diminuez, voire éliminez, tout le superflu. Comme le disait Isaac Newton, « [...] le plus est inutile quand le moins suffit ». Chaque design repose sur un concept ou un message central : tout ce qui entraîne la confusion ou détourne du message initial n'est que du bruit. Les éléments secondaires n'en sont pas toujours, à vous de décider au cas par cas. Assurez-vous simplement de supprimer les éléments encombrants afin que votre message soit clair. En matière de design, il faut clarifier les choses avec autant d'économie et de simplicité que possible.



Les images des diapos proviennent du site iStockphoto.com.



**“Les hommes sont devenus  
les outils de leurs outils”.**

—Henry David Thoreau

### **9. Se concentrer sur les idées, non sur les outils**

Les outils sont importants et nécessaires, mais ils vont et viennent au gré des lancements de nouveaux outils plus performants. Concentrez-vous plutôt sur les idées. Un simple crayon et un carnet de croquis sont vos meilleurs atouts, surtout dans les premières étapes de réflexion, parce que ce sont les outils les plus directs. Un bon conseil, commencez avec des outils « analogiques ». Les meilleures idées et les meilleurs designs sont presque toujours nés avec un crayon et du papier, un stylo et une serviette en papier ou un feutre et un tableau blanc. Si vous organisez un *brainstorming* pour trouver une solution à un problème, éloignez-vous de l'ordinateur. Les meilleures présentations – y compris les visuels qui en font partie – commencent généralement dans votre tête, pas sur votre écran.

### **10. Clarifier ses intentions**

Le design est avant tout une question de choix et d'intentions, rien n'est laissé au hasard. C'est aussi un processus. Le design est souvent systématique, mais il reste toujours de la place pour la souplesse et la créativité dans le cadre d'un système. L'utilisateur final ne remarquera généralement pas « le design », la seule chose qu'il verra est que « cela marche », si jamais il se pose la moindre question. Cette facilité d'utilisation ou de compréhension n'est pas un hasard. Elle est le résultat de vos choix et de vos décisions, y compris des éléments que vous avez volontairement exclus ou inclus.

### **11. Aiguiser sa vision, sa curiosité et prendre des leçons dans son environnement**

Les bons designers ont le talent de bien observer et de faire attention à ce qui les entoure. Ils sont capables d'appréhender une vue d'ensemble aussi bien que les détails de leur environnement. Les humains recherchent naturellement des schémas, soyez-en conscient pour vous et pour les autres. Le design est un processus qui engage « tout le cerveau ». Vous êtes créatif, concret, rationnel, analytique, empathique et passionné. Stimulez ces qualités chez vous et chez les autres.

## **12. Simplifier autant que possible, mais sans excès**

Albert Einstein disait : « Rendez les choses aussi simples que possible, mais pas plus simples. » La simplicité est le principe qui nous guide. Elle ne revêt pas la même signification pour chacun. Des tonnes de livres traitent du sujet. Ici, la simplicité signifie adhérer à la plupart des concepts expliqués pour éviter le superflu. Le mot signifie savoir prendre les décisions pour élaguer toutes les informations et les éléments de design superflus. Si vous pouvez le faire avec « moins », n'hésitez pas. Encore que simplicité ne rime pas toujours avec soustraction. John Maeda, designer et professeur au MIT, l'exprime ainsi : « La simplicité consiste à soustraire les évidences pour ajouter ce qui a une signification. » Vous trouverez les outils pour arriver à la simplicité dans la plupart des principes abordés dans ce livre, y compris dans la hiérarchie des éléments, l'unité, l'équilibre, dans l'utilisation de la couleur et de la typographie et bien plus encore. Tous ces principes contribuent à la clarté du message et à la simplicité du design.

## **13. Utiliser l'espace vide**

Les designers voient l'espace vide non comme du « rien », mais comme quelque chose de fort. La plus grosse erreur est de considérer que l'espace vide doit absolument être rempli – pour ne pas gâcher toute cette place. Mais c'est cet espace vide, appelé aussi espace négatif ou espace blanc, qui met en valeur les éléments positifs d'un design. Si vous pensez qu'il faut combler l'espace vide, vos designs risquent d'être très encombrés. L'utilisation volontariste de ces espaces ne concerne pas que l'esthétique, c'est aussi un puissant moyen de diriger le regard et d'établir des priorités claires. L'espace vide est primordial pour la clarté d'un message.

## **14. Apprendre les règles pour mieux les casser**

Au fil des siècles, nos prédécesseurs ont établi des conseils, des règles et des lois qu'il est nécessaire de connaître. Contrairement aux lois qui nous gouvernent, il est acceptable de parfois briser les règles établies dans le domaine du design – du moment que vous savez ce que vous faites. Les principes et les règles élémentaires du design sont importants, il est utile de les connaître. C'est le rôle de ce simple ouvrage.

