

MICHEL DEBLOIS
Directeur de recherche
Professeur agrégé, Ph.D.
Faculté d'aménagement,
d'architecture, d'art et de design
École de design | Université Laval

XAVIER LESAGE
Codirecteur de recherche
Professeur associé,
Docteur en Sciences de gestion
Stratégie et entrepreneuriat
ESSCA School of Management

Ébauche du protocole de recherche

16 avril 2021

Titre provisoire

L'accompagnement de la transition de rôle du designer graphique à travers l'approche entrepreneuriale en éducation

Le sujet de recherche

Au cours des dernières décennies, l'enseignement du design graphique a connu une croissance continue au niveau des études supérieures ainsi qu'une augmentation considérable de l'utilisation de ses méthodes pédagogiques et de ses outils dans d'autres sujets d'étude (Harland, 2017). Pourtant, peu d'investigations pédagogiques sont actuellement entreprises et le progrès dans ce champ est fait à un rythme très lent (Waarde et Vroombout, 2012). Afin de développer le futur de la formation en design graphique, des méthodes d'enseignement alternatives doivent être envisagées, développées, testées et mises en œuvre. À cet effet, l'International Council of Design (Bennett. et Vulpinar 2011) affirme que la formation en design devrait évoluer vers une définition de problèmes plus participative. Celle-ci permettrait aux étudiants d'aborder leurs préoccupations et leurs méthodes d'apprentissage à travers des projets générés par eux-mêmes. Cette vision s'apparente à l'approche entrepreneuriale en éducation qui vise à développer chez les apprenants leur esprit d'entreprendre (Pepin, 2015). Cette approche vise à aider les étudiants à apprendre à s'entreprendre en identifiant eux-mêmes un problème, un besoin ou une opportunité et à conduire une action à entreprendre à travers l'élaboration d'un plan d'action (Rae, 2003). Cette recherche vise à identifier précisément les approches pédagogiques et d'accompagnement favorisant le développement de l'esprit entrepreneurial chez les designers graphiques afin de contribuer à l'évolution de leur rôle professionnel.

La revue de littérature

Cette recherche s'appuie sur les fondements de trois domaines : l'entrepreneuriat, la pédagogie et le design. Au niveau de l'entrepreneuriat, le cadre théorique de l'entrepreneuriat par le design permet de s'inspirer de méthodes pédagogiques en enseignement entrepreneurial (Lahn, 2016). Cette approche favorise l'identification et la résolution de problèmes d'ordre social, éthique, environnemental ou politique afin d'apporter un changement (Daniel, 2016). Ainsi, il permet aux apprenants de trouver des pistes potentielles d'innovations (Serneels, 2018). Plutôt que d'être commissionné par un client, ce modèle permet aux designers graphiques de définir eux-mêmes une problématique et de trouver une solution dans le cadre du développement de leurs propres activités entrepreneuriales. Le designer graphique devient ainsi un consultant plutôt qu'un technicien. Le deuxième domaine, celui de la pédagogie, crée un pont entre les sciences de l'éducation et le domaine de l'entrepreneuriat afin de souligner la légitimité scientifique de l'éducation entrepreneuriale. Le concept de « modèle d'enseignement » est bien établi en sciences de l'éducation (Anderson, 1995. Joyce et Weil, 1996) mais rarement utilisé dans le domaine de l'entrepreneuriat (Fayolle et Gailly, 2008). Tout comme Bécharde et Al. (2005, 2006), cette recherche propose et illustre différents modèles d'enseignement en entrepreneuriat basés sur les sciences de l'éducation. Spécifiquement, elle fournit des directives théoriques et pratiques pour la conception d'un programme entrepreneurial en design graphique. Enfin, le domaine de la recherche en design crée un lien entre la pratique et la théorie (Findeli et Bousbaci, 2005) et établit la profession du design comme une pratique réflexive (Schön, 2016). À l'intersection de ces trois champs, la recherche s'inspire des modèles d'enseignement existants afin de nourrir le développement d'une approche pertinente et cohérente par rapport à un public visé, celui du design graphique.

Le protocole de recherche

Selon Hägg et Gabrielsson (2019), l'éducation entrepreneuriale se positionne de plus en plus comme un domaine distinct et s'éloigne du contenu traditionnel provenant des programmes de gestion. Les formations en entrepreneuriat basées sur ce type d'approche semblent déconnectées des pratiques réelles

des entrepreneurs (Bureau et Fendt, 2012). Cette recherche ambitionne à reconnecter la formation entrepreneuriale à la réalité des porteurs de projets en l'adaptant au domaine enseigné, soit celui du design graphique. La recherche se positionne à trois niveaux : la perception des étudiants, le type d'enseignement et le rôle professionnel du designer. D'abord, au niveau de la perception des apprenants, Roberts (2012) explique que les étudiants d'un domaine d'études visuel et créatif ne se perçoivent pas comme des entrepreneurs. Ensuite, le type d'enseignement actuel en design se concentre principalement sur les compétences techniques à acquérir (Gunes, 2012) plutôt que sur la création de projets entrepreneuriaux. Enfin, au niveau de leur rôle professionnel, les designers graphiques sont amenés à travailler à la fin de l'élaboration d'un projet. Plutôt que de concevoir un produit, un service ou un système dès le départ, ils sont engagés à la fin du processus de création pour en faire leur promotion (Heller et Talarico, 2011). Le designer graphique possède pourtant un potentiel réel pour communiquer avec la population à titre de citoyen plutôt que seulement à titre de consommateur (Van Toorn, 1994). Malheureusement, la situation actuelle mène à ancrer la pratique du designer graphique à celle d'un exécutant plutôt qu'au titre d'un acteur de changement (McCarthy, 2013).

La problématique ainsi formulée permet de s'intéresser aux approches pédagogiques et d'accompagnement favorisant l'évolution du rôle du designer graphique, de fournisseur de services créatifs à celui d'un designer entreprenant. Cette recherche participative s'inscrit dans le cadre du modèle d'enseignement proposé par Fayolle & Gailly (2008). Les deux principaux objectifs sont de définir, au niveau ontologique et éducationnel, le design graphique dans le contexte de l'enseignement entrepreneurial. Au niveau éducationnel, la recherche s'attarde à 4 sous-questions inspirées du cadre analytique de Hägg et Gabrielsson (2019), soit le « qui-fait-quoi-pour-qui-et-comment ». Le premier sous-objectif (Qui), clarifie la position philosophique d'enseignement ainsi que la formation, l'expérience et la légitimité des accompagnateurs et des enseignants. Le contenu (Quoi) s'intéresse à l'orientation des dimensions professionnelles, spirituelles et théoriques. Le public cible (Pour qui) dresse le profil et le contexte social des étudiants. Enfin, les méthodes d'enseignement (Comment) définissent les approches ainsi que les critères d'évaluation pertinents et les méthodes de mesures efficaces.

Cette recherche fait l'étude de cas de modèles d'enseignement et de processus d'apprentissage dans trois situations spécifiques d'éducation entrepreneuriale francophone par le design : un terrain collégial (Cégep de Sainte-Foy), un terrain universitaire (l'Université Laval) et un terrain d'accompagnement de projets dans les métiers de création (Les Ateliers de Paris). Dans le contexte collégial, la recherche s'inscrit dans le programme de Graphisme du Cégep de Sainte-Foy et participe à une série d'initiatives qui ont été mises en place depuis 2015, telle que des conférences sur l'entrepreneuriat, une entreprise-école et un événement à caractère entrepreneurial collectif. Depuis l'introduction de ces initiatives, le programme compte plus de 300 diplômés. Le programme actuel comporte une douzaine d'enseignants et plus que 150 étudiants. Dans le contexte universitaire, cette recherche s'inscrit dans le programme de maîtrise sur mesure en design et entrepreneuriat à l'Université Laval et à l'ESSCA School of Management. Ce programme unique au Québec propose depuis 2017 aux étudiants de s'initier à la démarche entrepreneuriale « par » le design et son application dans un contexte de conception et de développement de produits, de services, d'expériences et de stratégies d'affaires. Enfin, la recherche s'inscrit dans un programme de recherche longitudinale démarrée en 2017 par les Ateliers de Paris. Cette structure d'incubation est considérée aujourd'hui comme une référence dans le domaine de l'accompagnement des métiers de créations, plus précisément celui de la mode, du design et des métiers d'art. La recherche vise à poursuivre l'étude de terrain déjà réalisée et à consolider les résultats obtenus. Une centaine d'entretiens reste à être réalisée auprès de résidents actuels et anciens afin de valider l'impact des dispositifs mis en place. Ces trois terrains de recherche permettent d'interroger différentes parties prenantes de l'écosystème éducatif entrepreneurial. Ils assurent également une triangulation des données provoquées et suscitées par des méthodes de recherche à la fois quantitatives (sondage et questionnaires) et qualitatives (entretiens semi-directifs et groupes de discussion).

Les résultats

Cette recherche ambitionne à capturer le rôle changeant des designers graphiques dans le paysage entrepreneurial. Les résultats permettront de révéler la signification de cette évolution dans les communautés du design et de l'entrepreneuriat. Dans le domaine du design, l'approche entrepreneuriale permet d'instiller une mentalité critique et nourrir une attitude d'autoréflexion chez les designers. Cette transition de rôle prépare les designers au changement technologique, environnemental, culturel, social et économique et elle soutient leur sens de la responsabilité quant à l'impact de leur pratique. Dans le domaine de l'entrepreneuriat, le design graphique agit comme un stimulant pour l'innovation et l'invention au niveau commercial, culturel, social et environnemental.

Les implications

Cette recherche apporte des contributions à quatre niveaux : théorique, méthodologique, pédagogique, et pratique. Au niveau théorique, ce raisonnement inductif contribue à l'acquisition de connaissance dans un domaine encore en développement, celui de la pédagogie de l'entrepreneuriat. De plus, le manque de documentation offre une occasion marquée pour accroître et diffuser de nouvelles connaissances sur l'éducation en design graphique. Au niveau méthodologique, cette recherche fait l'étude de trois terrains et fait preuve d'une diversité de collecte de données. Au niveau pédagogique, cette recherche appliquée est susceptible d'intéresser toutes les parties prenantes d'un écosystème éducatif, incluant les institutions, les professeurs et les mentors, ainsi que les étudiants. Elle permet de proposer un modèle d'accompagnement et de faire des propositions pour améliorer les dispositifs existants au niveau collégial et universitaire. Enfin, au niveau pratique, cette étude vise à contribuer à l'insertion professionnelle et à la pratique réflexive des diplômés de programmes de design graphique.

Anderson, L.W. (1995). *International Encyclopaedia of Teaching and Teacher Education*. 2nd ed., Pergamon Press, Oxford.

Bécharde Jean-Pierre, Grégoire, D., Grégoire Denis, Kyrö Paula, Carrier, C., HEC Montréal. Chaire d'entrepreneuriat Rogers - J.-A.-Bombardier, & HEC Montréal. Chaire d'entrepreneuriat Rogers-J.-A. Bombardier. (2005). *Understanding teaching models in entrepreneurship for higher education* (Ser. Working paper, #2005-19). HEC Montréal, Chaire d'entrepreneuriat Rogers - J.-A.-Bombardier.

Grégoire Denis, Bécharde, J.-P., Bécharde Jean-Pierre, HEC Montréal. Chaire d'entrepreneuriat Rogers-J.-A. Bombardier, & HEC Montréal. Chaire d'entrepreneuriat Rogers-J.-A. Bombardier. (2006). *Archetypes of pedagogical innovations for entrepreneurship in higher education : model and illustrations* (Ser. Working paper, #2006-07). HEC Montréal, Chaire d'entrepreneuriat Rogers - J.-A.-Bombardier.

Bennett, A. G. and Vulpinar, O. (2011). *Icograda Design Education Manifesto*. Taipei: Icograda General Assembly. https://www.ico-d.org/database/files/library/IcogradaEducationManifesto_2011.pdf

Bureau, S., & Jacqueline, F. (2012). La dérive situationniste: le plus court chemin pour apprendre à entreprendre? *Revue Française De Gestion*, 223(4), 181–200. <https://doi.org/10.3166/RFG.223.181-200>

Daniel, A. D. (2016). Fostering an entrepreneurial mindset by using a design thinking approach in entrepreneurship education. *Industry and Higher Education*, 30(3), 215–223. <https://doi.org/10.1177/0950422216653195>

Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). From craft to science: teaching models and learning processes in entrepreneurship education. *Journal of European Industrial Training*, 32(7), 569–593.

Findeli, A., & Bousbaci, R. (2005). L'éclipse de l'objet dans les théories du projet en design. *The Design Journal*, 8(3), 35–49. <https://doi.org/10.2752/146069205789331574>

- Gunes, S. (2012). Design entrepreneurship in product design education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 51, 64–68.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.08.119>
- Hägg Gustav, & Gabrielsson, J. (2019). A systematic literature review of the evolution of pedagogy in entrepreneurial education research. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(5), 829–861.
<https://doi.org/10.1108/IJEER-04-2018-0272>
- Harland, R. (2017). Some important things to say about graphic design education. *Art, Design and Communication in Higher Education*, 16(1), 3–6.
https://doi.org/10.1386/adch.16.1.3_2
- Heller, S., Talarico, L., & Talarico, L. (2011). *The design entrepreneur : turning graphic design into goods that sell* (Pbk., Ser. Design field guides). Rockport Pub.
- Joyce, B.R. and Weil, M. (1996). *Models of Teaching*. 5th ed., Allyn and Bacon, Boston, MA.
- Lahn, L. C., & Erikson, T. (2016). Entrepreneurship education by design. *Education & Training*, 58(7-8), 684–699.
- McCarthy, S. J. (2013). *The designer as author, producer, activist, entrepreneur, curator & collaborator : new models for communicating*. Bis.
- Pepin, M., & Desgagné, S. (2015). *Apprendre à s'entreprendre en milieu scolaire : une étude de cas collaborative à l'école primaire* (dissertation). Université Laval.
- Rae, D. (2003). Opportunity centred learning: an innovation in enterprise education? *Education Training*, 45(8/9), 542–549.
- Roberts, J. (2012). Infusing entrepreneurship within non-business disciplines: Preparing artists and others for self-employment and entrepreneurship. *Artivate: A Journal of Entrepreneurship in the Arts*, 1(2), 53-63.
- Schön Donald A. (2016). *The reflective practitioner : how professionals think in action*. Routledge

Serneels, S., Dams, F., Jacoby, A., & 13th European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE 2018 13 2018 09 20 - 2018 09 21. (2018). Research-by-design: stimulating entrepreneurship and innovation. *Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship, Ecie, 2018-september*, 741–750.

Roberts, J. S. (2012). Infusing entrepreneurship within non-business disciplines: preparing artists and others for self-employment and entrepreneurship. *Artivate*, 1(2), 53–63.

van Toorn, J. (1994). Design and reflexivity. *Visible Language*, 28(4), 318–26.

Van der Waarde, K., & Vroombout, M. (2012). Communication design education: could nine reflections be sufficient? *Visible Language*, 46(1-2), 20–21.