



ESPRIT DESIGN



Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

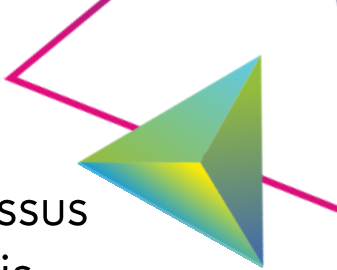
Canada



La pensée créatrice est une discipline servant à élaborer des interventions en réaction à des problèmes complexes.

Cette approche met l'accent sur la personne pour résoudre des problèmes, et elle s'appuie sur des études qualitatives et quantitatives pour recueillir une certaine introspection sur la vie des gens et une compréhension contextuelle du système et de ses composantes.



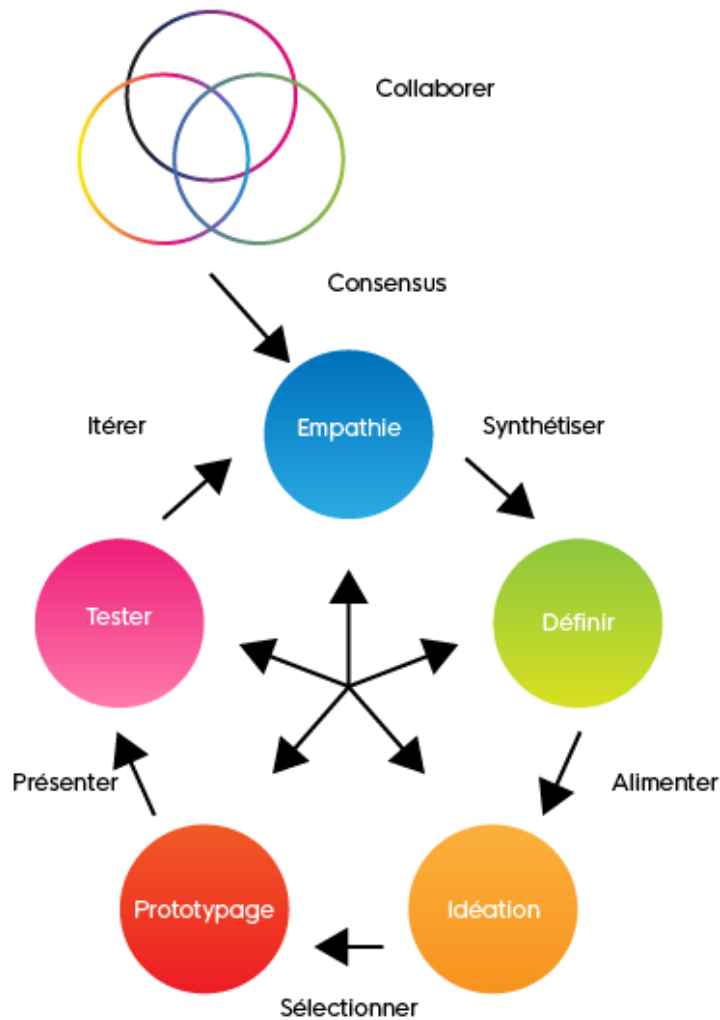


Pour ce faire, elle applique une méthode axée sur le processus au moyen de plusieurs techniques de conception (en anglais seulement) pour comprendre et définir clairement ou reformuler l'enjeu avant d'entamer les étapes de la conceptualisation et du prototypage.

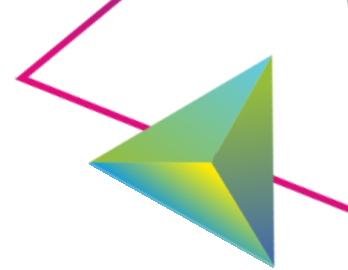
La pensée créatrice encourage le recours à des outils tels que

- la recherche ethnographique
- le prototypage
- et la schématisation des intervenants.

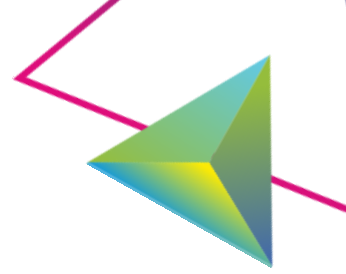
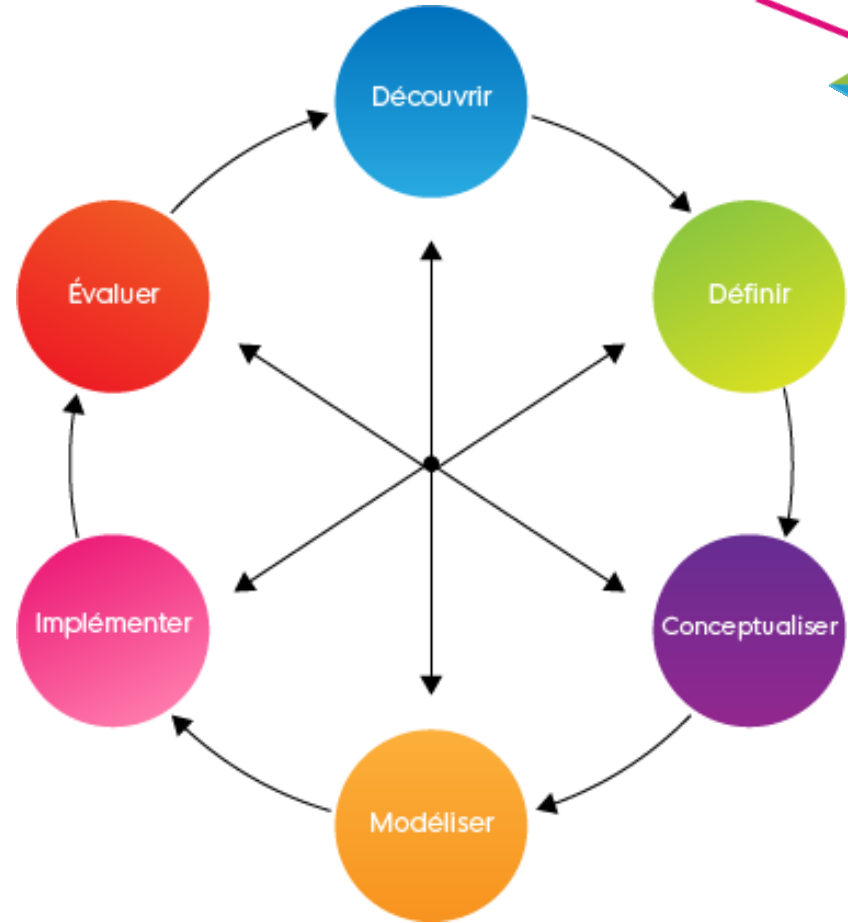


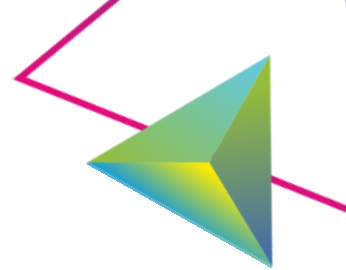


Processus de design de l'école Dschool



Processus de recherche d'un projet de design





Méthodes qualitative et quantitative

Méthode quantitative : on souhaite répondre aux questions du genre « quelle proportion d'un groupe pense X »

Méthode qualitative : on souhaite explorer les nombreux avis divergents dans un groupe sans être en mesure de déterminer quelle proportion du groupe partage les opinions



L'esprit design emprunte des méthodes de l'ethnographie afin de mieux comprendre les éléments humain





ethno (peuples) +graphie (documenter)

L'ethnographie est l'étude approfondie des comportements naturels dans une culture ou un groupe social. Elle vise à comprendre le lien entre la culture et le comportement; par culture, on entend les croyances, les valeurs et les attitudes d'un groupe particulier de personnes.





L'ethnographie va au-delà de la simple constatation des « détails ».

Elle fournit des explications.

Elle consiste à comprendre le sens.

Les ethnographes relient les détails aux tendances plus générales de la vie sociale.

On associe souvent leur travail à celui des anthropologues.

Recherche des tendances

Régularité et exceptions à cette régularité



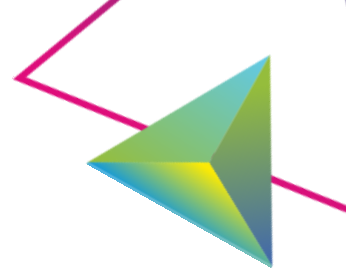


C'est une méthode de recherche pour enquêter:

les pratiques culturelles
les rituels
les comportements
les routines
les normes sociales

Caractéristiques d'une bonne pratique ethnographique :

- Ouverture d'esprit
- Écoute
- Empathie
- Observation approfondie des participants
- Beaucoup de temps passé sur le site (travaux sur le terrain)
- Recueil d'un grand volume de ressources comme des notes, des artefacts, et des bandes audio et vidéo



Techniques de collecte de données utilisées dans l'ethnographie

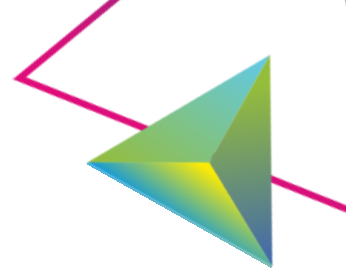
- Entrevues
- Analyse des documents
- Observations des participants
- Enquêtes culturelles
- Récits de vie
- Journaux
- Photos
- Journaux des activités de recherche



Entrevues



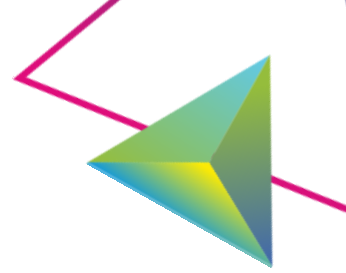
Pourquoi effectuer des entretiens?



1. Afin de fournir des indications et des concepts qui ne sont pas généralisés (universels), p. ex., les entretiens peuvent exposer les limites d'une norme ou d'une attente générale
2. Afin d'élargir notre compréhension de... (concept social)
3. Afin de rechercher les exceptions à la règle en définissant les cas extrêmes (p. ex., une personne, une classe ou une ville)
4. Afin de documenter les cas particuliers historiques (p. ex. les personnalités)
5. Afin de valider les résultats ailleurs au moyen d'autres entretiens.



Écouter et observer



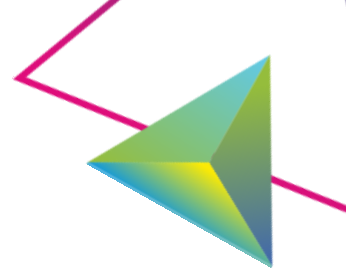
Abandonner la “parole”

- Au cours d’une conversation normale, les interlocuteurs se partagent 50% du temps de parole
- Selon le processus de conception centrée sur l’être humain vous devez entièrement vous dévouer à l’écoute attentive



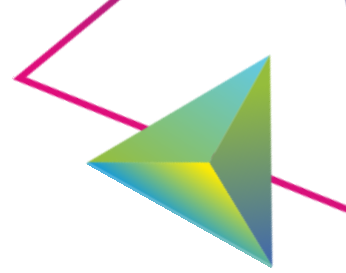
Les sujets de l'entrevue

- Partie prenante
- Expert
- Utilisateur extrême
- Leader
- Entrevue de groupe

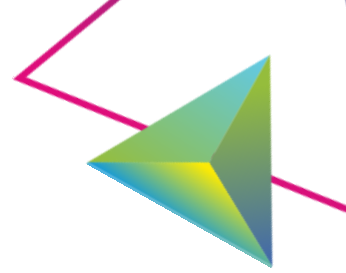


Les types d'entrevues

- Structurées
- Non structurées
- Semi-structurée
- Entrevue sur place
- Entrevues auprès des utilisateurs extrêmes
- De type « cinq questions fondamentales »



Entrevues structurées

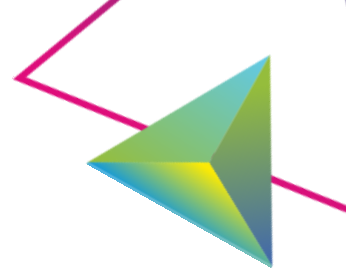


- Menées selon un guide de sujet d'entrevue bien défini; il s'agit souvent d'un questionnaire.
- Les chercheurs posent le même ensemble de questions à tous les participants, et ce, dans le même ordre, afin de minimiser l'effet du contexte de l'entrevue sur les réponses de l'interviewé.
- Mettent l'accent sur la normalisation de l'interaction.

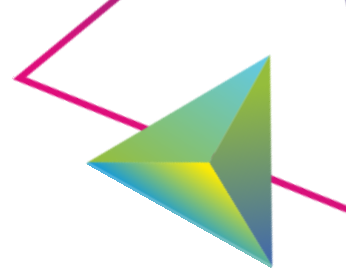


Entrevues non structurées

- Spontanées
- Permettent le déroulement d'une conversation naturelle
- Les répondants établissent l'orientation et insistent sur les éléments les plus importants



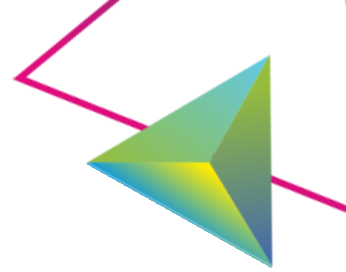
Entrevues semi-structurées



- Utilisées pour recueillir des données ciblées, qualitatives, textuelles et contextuelles.
- Permet un équilibre entre la flexibilité de l'entrevue non structurée et la rigueur de l'entrevue structurée.
- L'interviewer s'appuie sur certaines questions prédéterminées, mais il n'y a pas d'ordre strict préétabli pour les poser.
- Le guide de sujet de l'entrevue est utilisé de manière flexible selon la situation de chaque entrevue.



Entrevues ponctuelles



- Entrevues sur-le-champ et rapides menées dans le moment de l'action ou lors de la participation du candidat.
- Un type d'entrevue dans laquelle les répondants sont approchés (ou interceptés) dans des endroits spécifiques très achalandés, tels que les épiceries ou les centres d'achats. La partie principale de l'entrevue peut se dérouler dans l'immédiat, sur les lieux, ou à un autre endroit (habituellement à proximité).



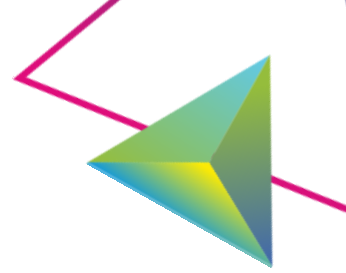
Entrevues auprès d'utilisateurs si situant à l'une ou l'autre des extrémités



- Un utilisateur situé à une extrémité ou l'autre de la courbe en forme de cloche représente le niveau de connaissances et d'expérience liées à un sujet, d'une manière donnée.
- Les principaux utilisateurs hautement compétents se situent à une extrémité et les non-utilisateurs se situent à l'autre extrémité.
- Ce type d'entrevue permet d'identifier des besoins qui ne sont peut-être pas apparents lors d'échanges avec des utilisateurs types.



Entrevue de type « cinq questions fondamentales »

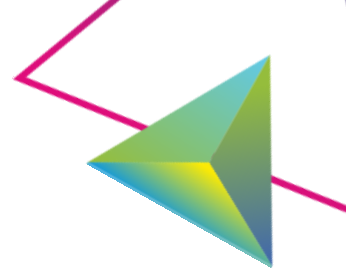


- L'outil d'entrevue de type « cinq questions fondamentales » explore davantage en profondeur les causes et révèle les éléments qui ont engendré le problème ou le défi, permettant ainsi l'élaboration d'une solution.
- Continuez à poser cette question jusqu'à ce que vous obteniez un aperçu assez approfondi qui vous permettra de régler la situation (demander « pourquoi » cinq fois est habituel). Vous saurez que vous avez atteint votre dernier « pourquoi » parce que ce sera illogique de poser la question de nouveau.



Étapes de l'entrevue

- Mise en place du thème
- Conception
- Entrevue
- Transcription
- Analyse
- Vérification
- Établissement de rapports



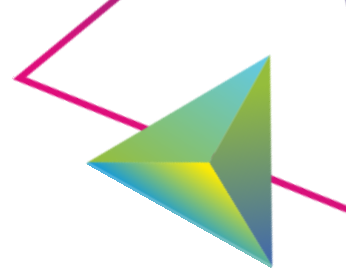
C'est le temps des entrevues



Échanger Étiquette de l'entrevue



Étiquette de l'entrevue



Écoutez attentivement

N'effectuez pas plus de deux ou trois entrevues par jour

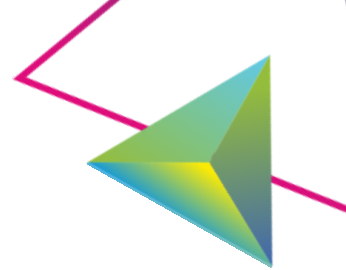
Prenez le temps d'établir de bons rapports et veillez à ce que les participants soient à l'aise.

Informez pleinement les participants au sujet de...

Soyez souple quant à l'utilisation du guide de sujet de l'entrevue

Laissez le temps aux participants de répondre (pause thérapeutique)





Traitez des enjeux dès qu'ils surviennent

Souvenez-vous de vos notes

Fournissez une rétroaction aux participants

Soyez en équipe de deux (interviewer principal, notes et matériel audiovisuel) – effectuer un compte-rendu tout de suite après





Enregistrement audiovisuel – enregistrez si vous avez la permission de le faire

Prenez des notes appropriées ou des enregistrements (transcription optionnelle)

N'hésitez pas à demander aux interviewés de répéter

Utilisez leurs mots plutôt que les vôtres

Vous voudrez peut-être les citer plus loin dans le projet (peut-être pour définir leurs personnalités)

