|  |  |
| --- | --- |
| *Anglais* | *Français* |
| *Page 1* | *Page 1* |
|  |  |
| *Design Research Methods* | *Méthodes de recherche en conception* |
| **Nourhan Hegazy**, Design Advisor at Treasury Board Secretariate and Digital Academy Fellow at Canada School of Public Service | **Nourhan Hegazy**, conseillère en conception au Secrétariat du Conseil du Trésor et membre de l’Académie du numérique de l’École de la fonction publique du Canada. |
|  |  |
| Page 2 | Page 2 |
|  |  |
| Activity: Choose Your Design Challenge! | Activité : Choisissez votre défi de conception! |
| **Form groups of 3-4** | **Formez des groupes de trois ou quatre** |
| 1| In your groups choose a service experience to explore further in next week’s session on Design Research. You can choose one of the service experiences you shared earlier during role play or something different (ex. filing taxes, biking, or accessing daycare). | 1| Dans vos groupes, choisissez une expérience de service à explorer plus en détail lors de la séance de la semaine prochaine sur la recherche en conception. Vous pouvez choisir l’une des expériences de service dont vous avez parlé plus tôt pendant le jeu de rôle, ou autre chose (p. ex. remplir une déclaration de revenus, faire du vélo ou accéder à une garderie). |
| 2| The person(s) who had the first hand experience will be your focal point for understanding the issue at hand. Make sure atleast 1-2 team members had first hand experience with the casestudy you choose and that they are comfortable sharing. | 2| Les personnes qui ont vécu l’expérience personnellement seront votre point focal pour comprendre la question à l’étude. Assurez-vous qu’au moins un ou deux membres de l’équipe ont une expérience personnelle de l’étude de cas que vous avez choisie et qu’ils sont à l’aise d’en parler. |
| 3| In your group, **fill out questions 1-4 of the worksheet on page 86 of the Toolkit** to frame your initial challenge and **choose a fun team name** for your group. Each group will have a chance to read their question and team name outloud to the room. | 3| Dans votre groupe, **répondez aux questions 1 à 4 de la feuille de travail à la page 86 de la trousse d’outils** pour formuler votre défi initial et **choisissez un nom d’équipe amusant** pour votre groupe. Chaque groupe pourra lire sa question et le nom de son équipe à haute voix. |
| **For Next Week...** | **Pour la semaine prochaine...** |
| I will share a brief presentation to guide exercises, rest of the class will be a worksession where you will interview each other and build stories to share. Its highly recommended that you read chapter 2 (finding inspiration pg 25-37) and 3 (insights and ideas pg 37-49) in the Nesta/Ideo toolkit before next week. | Je donnerai une brève présentation pour expliquer les exercices, et le reste du temps sera consacré à une séance de travail où vous passerez des entrevues entre vous et où vous créerez des histoires à raconter. Il est fortement recommandé de lire les chapitres 2 (trouver l’inspiration, pp. 25 à 37) et 3 (idées et réflexions, pp. 37 à 49) de la trousse d’outils Nesta/Ideo avant la semaine prochaine. |
|  |  |
| Page 3 | Page 3 |
|  |  |
| Design Research Principles | Principes de recherche en conception |
| **Responsible & Ethical** | **Responsable et éthique** |
| • Get permission from our participants | • Obtenir la permission de nos participants |
| • Respect what they share with us | • Respecter ce qu’ils nous racontent |
| **Curious & Observant** | **Curieux et observateur** |
| • Ask questions | • Poser des questions |
| • Record what we hear | • Retenir ce que nous entendons |
| **Critical & Creative** | **Critique et créatif** |
| • Look for similarities and differences in what we observe | • Rechercher des similitudes et des différences dans ce que nous observons |
| • Tell a story about what we find to others | • Raconter aux autres ce que nous observons |
|  |  |
| Page 4 | Page 4 |
|  |  |
| Inclusive Design Research | Recherche en conception inclusive |
| **Designing with everyone in mind to ensure they can access, use and benefit from the products and services they use. Inclusive design extends to every stage of the design journey from user recruitment to synthesis.** | **Concevoir en ayant à l’esprit tous les utilisateurs pour s’assurer qu’ils peuvent accéder aux produits et services et en bénéficier. La conception inclusive s’étend à toutes les étapes du processus de conception, du recrutement des utilisateurs à la synthèse.** |
| *-Snook, Shareable Practices for Inclusive Design Research* | *– Snook, Shareable Practices for Inclusive Design Research* |
|  |  |
| Page 5 | Page 5 |
|  |  |
| Design Research Approaches | Approches de recherche en conception |
| **Qualitative** | **Aspect qualitatif** |
| Using senses to gather information | Utiliser ses sens pour recueillir de l’information |
| **Quantitative** | **Aspect quantitatif** |
| Using measurable instruments to gather information | Utiliser des instruments mesurables pour recueillir de l’information |
|  |  |
| Page 6 | Page 6 |
|  |  |
| **The best thing about analytics is that they can show us what people do on their own. The worst thing is that analytics don’t tell us much about context, motivations, and intent.** | **Ce qui est intéressant à propos des analyses, c’est qu’elles permettent de nous montrer ce que les gens font par eux-mêmes. Par contre, elles ne nous disent pas grand-chose sur le contexte, les motivations et les intentions.** |
| *-Pamela Pavliscak, 2015, Data-Informed Design Understanding data to achieve great user experiences* | *– Pamela Pavliscak, 2015, Data-Informed Design Understanding data to achieve great user experiences* |
| Retrieved from : <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2015/06/designing-with-analytics.php> | Extrait de : <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2015/06/designing-with-analytics.php> |
|  |  |
| Page 7 | Page 7 |
|  |  |
| Evolution of Design Research | Évolution de la recherche en design |
| *Sanders and Jan Stappers (2014)* | *Sanders et Jan Stappers (2014)* |
| *From Designing to Co-Designing to Collective Dreaming: Three Slices in Time* | *From Designing to Co-Designing to Collective Dreaming: Three Slices in Time* |
|  |  |
| Page 8 | Page 8 |
|  |  |
| Knowledge is Layered | La connaissance comporte plusieurs niveaux |
| Explicit | Explicite |
| knowledge that can be readily articulated, codified, accessed and verbalized. It can be easily transmitted to others. | Des connaissances qui peuvent être facilement articulées, codifiées, accessibles et verbalisées. Elles peuvent être facilement transmises à d’autres personnes. |
| Tacit | Tacite |
| knowledge that is difficult to transfer to another person by means of writing it down or verbalizing it. | Des connaissances difficiles à transmettre à d’autres personnes par écrit ou de vive voix. |
| Latent | Latente |
| knowledge that we have that we have not yet harnessed. | Des connaissances que nous avons et que nous n’avons pas encore exploitées. |
| Liz Sanders, Convivial ToolBox, Generative Research for the Front End of Design | Liz Sanders, Convivial ToolBox, Generative Research for the Front End of Design |
|  |  |
| Page 9 | Page 9 |
|  |  |
| Liz Sanders, An Evolving Map of Design Practice | Liz Sanders, An Evolving Map of Design Practice |
|  |  |
| Page 10 | Page 10 |
|  |  |
| “The Medium is the Message” *-Marshal Mcluhan* | « The Medium is the Message » *– Marshal Mcluhan* |
| *Images & Slides Captured from Service Design Berlin, Bringing Ideas to Life Presentation at SDN Germany Conference, 2012* | *Images et diapositives tirées de Service Design Berlin, présentation « Bringing Ideas to Life », conférence SDN en Allemagne, 2012* |
|  |  |
| Page 11 | Page 11 |
|  |  |
| Preparation & Planning | Préparation et planification |
| Identify Your Questions and Objectives. | Déterminez vos questions et vos objectifs. |
| What are you evaluating? what do you hope to learn? | Qu’évaluez-vous? Qu’espérez-vous apprendre? |
| What are your research questions? | Quelles sont vos questions de recherche? |
| How will your method help to inform your project? | Comment votre méthode contribuera-t-elle à guider votre projet? |
| Identify Your Sample, Date, Time & Location | Déterminez votre échantillon, la date, l’heure et le lieu |
| Who is your population? | Quelle est votre population? |
| How many participants? | Combien de participants? |
| Consider time and location convenience for participants | Trouver une heure et un lieu pratiques pour les participants |
| Identify Recruiting Channels | Établir les modes de recrutement |
| Online/Offline | En ligne/hors ligne |
| Are you familiar with potential participants or a complete stranger? | Connaissez-vous des participants potentiels ou êtes-vous un parfait inconnu? |
| Research Ethics | Éthique de la recherche |
|  |  |
| Page 12 | Page 12 |
|  |  |
| Designing Questions | Formulation des questions |
| **Structured:** | **Structurée :** |
| Pre-defined topics, themes & questions | Sujets, thèmes et questions prédéfinis |
| Ex. Is Failure Negative? Yes/No | Exemple : L’échec est-il négatif? Oui/non |
| **Semi Structured:** | **Semi-structurée :** |
| Predefined theme & topic, open ended questions | Thème et sujet prédéfinis, questions ouvertes |
| Ex. Can you share a situation with the group where you’ve experienced failure? | Exemple : Pouvez-vous raconter une situation avec le groupe où vous avez connu l’échec? |
| **Unstructured:** | **Non structurée :** |
| Predefined topic, open ended themes and questions | Sujet prédéfini, thèmes et questions ouverts |
| Ex. What themes would you like to discuss about failure? | Exemple : Quels thèmes aimeriez-vous aborder au sujet de l’échec? |
|  |  |
| Page 13 | Page 13 |
|  |  |
| Analysis Synthesis | Analyse et synthèse |
|  |  |
| Page 14 | Page 14 |
| **We’ll never know how the world “really” is. We’ll always have to construct what we think the world is... and humans do this by telling stories.** | **Nous ne saurons jamais comment le monde est « vraiment ». Nous devrons toujours imaginer ce que nous pensons que le monde est... et les humains le font en racontant des histoires.** |
| *- Jerome Bruner* | *– Jérôme Bruner* |
|  |  |
| Page 15 | Page 15 |
|  |  |
| A Culture of Synthesis | Une culture de la synthèse |
| Challenge Constraints | Contraintes liées au défi |
| Be Playful | Être ludique |
| Create Flow | Créer un flux |
| Use Visual Thinking | Utiliser la pensée visuelle |
| Changing a Prohibitive Culture | Changer une culture prohibitive |
| John Kolko, 2010, Exposing the Magic of Design: A Practitioner’s Guide to the Methods and Theory of Synthesis | John Kolko, 2010, Exposing the Magic of Design: A Practitioner’s Guide to the Methods and Theory of Synthesis |
|  |  |
| Page 16 | Page 16 |
|  |  |
| Why Visual Thinking... | Pourquoi la pensée visuelle... |
| **“One of the most basic principles of making meaning out of data is to externalize the entire meaning-creation process. By taking the data out of the cognitive realm (the head), removing it from the digital realm (the computer), and making it tangible in the physical realm in one cohesive visual structure (the wall), the designer is freed of the natural memory limitations of the brain and the artificial organizational limitations of technology. Content can now be freely moved and manipulated, and the entire set of data can be seen at one time”** | **« L’un des principes les plus fondamentaux pour donner un sens aux données est d’externaliser l’ensemble du processus de création et de signification. En retirant les données du domaine cognitif (la tête), en les retirant du domaine numérique (l’ordinateur) et en les rendant tangibles dans le domaine physique dans une structure visuelle cohésive (le mur), le concepteur est libéré des limites de la mémoire naturelle du cerveau et des limites artificielles de la technologie. Le contenu peut maintenant être déplacé et manipulé librement, et l’ensemble des données peut être vu en même temps. »** |
| -John Kolko, 2010 | – John Kolko, 2010 |
|  |  |
| Page 17 | Page 17 |
|  |  |
| Visualization Can... | La visualisation peut... |
| Aid comparison | Faciliter la comparaison |
| Show changes over time | Faire ressortir un changement survenu au fil du temps |
| Be used to describe relationships | Servir à décrire des relations |
| Make ideas more concrete | Rendre les idées plus concrètes |
| Connect ideas to create new meaning | Établir des liens entre les idées pour créer un nouveau sens |
| John Kolko, 2010, Exposing the Magic of Design: A Practitioner’s Guide to the Methods and Theory of Synthesis | John Kolko, 2010, Exposing the Magic of Design: A Practitioner’s Guide to the Methods and Theory of Synthesis |
|  |  |
| Page 18 | Page 18 |
|  |  |
| Empathy is the Key to Wisdom | L’empathie est la clé de la sagesse |
| John Kolko, 2010, Exposing the Magic of Design: A Practitioner’s Guide to the Methods and Theory of Synthesis | John Kolko, 2010, Exposing the Magic of Design: A Practitioner’s Guide to the Methods and Theory of Synthesis |
|  |  |
| Page 22 | Page 22 |
|  |  |
| *What is Service Design Thinking?* | *Qu’est-ce que la pensée conceptuelle en matière de services?* |