

Université de Montréal

Design, morale et justification : Le design pour la santé sexuelle

Par Katharine Amyotte

École de design

Faculté de l'aménagement

Mémoire présenté en vue de l'obtention du grade
de M. Sc. A. en Aménagement, option Design et Complexité

Avril 2021

Université de Montréal

Design et complexité, Faculté des études supérieures et postdoctorales

Ce mémoire intitulé

Design, morale et justification : Le design pour la santé sexuelle

Présenté par

Katharine Amyotte

A été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

Tomás Dorta

Président-rapporteur

Philippe Gauthier

Directeur de recherche

Tiiu Poldma

Membre du jury

Résumé

Les connaissances liées à la compréhension du consommateur, soit l'humain, permet au designer industriel d'œuvrer dans une multitude de secteurs. Cependant, comprendre pourquoi il fait un choix en tant que professionnel lui permet d'être aux aguets de biais personnels qui peuvent influencer la valeur de son projet. Celle-ci n'est plus liée uniquement à l'esthétique de l'objet. L'éthique professionnelle implique des composantes morales qui touchent autant le designer que son produit. Des valeurs s'y rattachent.

Il est intéressant de se pencher sur sa manière d'exercer dans ces secteurs diversifiés, notamment celui de la sexualité. Le milieu de la santé sexuelle, bien qu'en continuelle recherche d'innovation, comporte des enjeux issus de tabous, de la diversité de cultures, des croyances et du bagage personnel de chacun. Étant humain, le designer est lui-même perméable à ces états de conscience morale.

Notre étude s'interroge sur l'engagement moral d'un professionnel du design aux prises avec cette thématique à forte implication morale. Précisément, nous explorons les discours justificatifs du designer industriel et son implication personnelle vis-à-vis de tels sujets. Pour ce faire, les données d'observations sont obtenues par le biais de quatre verbatims obtenus lors d'une charrette de design accueillant quatre équipes pour un total de onze participants.

Les analyses exploratoires du discours justificatif des designers sont supportées par six cités¹ proposées par Boltanski et Thévenot (1991) dans le livre *De la justification*, et portant sur les compétences sociales en matière de justification. En ce sens, notre hypothèse principale est que le travail du designer se justifiera majoritairement par une perspective issue de la cité industrielle et qui est supportée par le principe d'efficacité, une qualité propre au design industriel.

Parmi les 34 passages isolés des verbatims, nous constatons que la cité industrielle, observée à 27 reprises, est la plus présente dans les discours. Cependant, les autres cités sont aussi présentes dans le discours de trois équipes, selon la tangente principale de leur projet. Ainsi, la cité inspirée est prééminente dans les justifications d'une équipe, et les deux autres ont beaucoup visité la cité domestique. Étonnamment, les trois autres cités, bien que peu présentes, sont tout de même observées au travers du discours justificatif à au moins une reprise et chez au moins un groupe.

Cette recherche nous permet d'établir que le designer peut intervenir sur des thématiques à forte implication morale et que son discours se développe selon les contraintes qu'il rencontre et du type de projet qu'il développe. De plus, le projet de design peut être impacté par l'aisance du professionnel avec une thématique ou encore ses préférences personnelles. Ces observations soutiennent la pertinence de développer un ordre qui demande aux designers une formation continue et des outils pour une intégration de l'aspect social aux projets. Le tout devrait ultimement s'effectuer dans le but de les aider à comprendre les aspects motivants leur choix lors du projet.

Santé sexuelle, contrainte morale, justification, design, design industriel, compétences sociales.

¹ Les cités domestique, civique, industrielle, de l'opinion, inspirée et marchande

Abstract

Industrial designers work in a multitude of sectors wherein understanding consumer and their choices is fundamental. This means that understanding why industrial designers' choices as professionals allows them to be on the lookout for personal biases that can influence the value of the project. Professional ethics may involve moral components that affect the designer as much as their product and that are no longer linked to the aesthetics of the object alone. There are values attached to that object.

In this study our interest is to understand the industrial designer's way of practicing in these diverse sectors, especially when the sector is that of sexuality and sexual health. While in constant search of innovation, the field of sexual health involves issues that arise in terms of taboos, cultural diversity, beliefs and personal backgrounds. Being human, the designer is confronted with states of moral conscience in this field.

This study questions the moral commitment of a design professional grappling with issues that present strong moral implications. We explore the industrial designers' intentions and justifications and their personal implication vis-à-vis such subjects.

This study proceeds as an exploratory study, with data collection that included 4 narratives extrapolated from a design charrette with four teams, and a total of eleven participants. Exploratory analysis of the justifying discourse of designers is supported by The Six cities² model proposed by Boltanski and Thévenot (1991) in the book "De la justification" and focuses on social competences in terms of justification of decision-making. The overarching hypothesis is that the work of the designer will be justified mainly by an "industrial city" perspective, supported by the principle of efficiency, a quality specific to industrial design product development. The analysis revealed emergent themes and issues of relevance to this model and the principles explored.

This study proposes that the designer has a role to play in the consideration of topics with a strong moral implication. The designers' discourse develops according to the constraints encountered and the type of project being developed. In addition, the design project can be impacted by professional's comfort with such a difficult topic or even their personal preferences, and ultimately understanding the motivating aspects of their choices during the project is of value in future products and the training received by designers.

Sexual health, moral constraints, justification, innovation, social abilities, industrial design, design.

² Domestic, civic, industrial, opinion, inspired and merchant cities

Table des matières

Résumé	5
Abstract	7
Table des matières	9
Remerciements	13
Liste des tableaux	15
Liste des figures	17
Liste des sigles	18
Liste des abréviations et définitions.....	19
1. Introduction.....	21
1.1 L’histoire qui motive le début de cette recherche	21
1.2 Les enjeux moraux du design social et de politiques de santé publique	23
1.2.1 Les appuis institutionnels de la morale chez les designers.....	24
1.2.2 Les ressources sociales de la moral en design	25
1.3 Stratégie de recherche	26
1.4 Description du document.....	27
2. Problématique - La morale dans la pratique des designers.....	29
2.1 Empathie, défi et éthique : comment le designer s’y retrouve?	30
2.1.1 Les responsabilités des designers : de la beauté des objets, à l’environnement et la société	31

2.2 Les problèmes de santé sexuelle : un problème de design ?.....	41
2.2.1 Les enjeux des saines habitudes sexuelles.....	41
2.2.2 La santé sexuelle dans les projets de design.....	43
3. Cadre théorique et hypothèses.....	47
3.1 Morale et justification.....	48
3.2 Codes de conduite - l'éthique et l'humain.....	49
3.2.1 Revendication, moralité et design.....	51
3.3 De la justification.....	53
3.3.2 Les axiomes.....	58
3.3.3 Le design, la sexualité et les mondes.....	59
3.4 Les rapports interpersonnels dans les équipes de designers.....	60
3.4.1 La négociation au sein d'équipes de projets de design.....	60
3.4.2 L'influence du projet de design.....	62
3.5 Pertinence de la recherche.....	63
4. Stratégie et méthodologie.....	65
4.1.1 Étude qualitative – Charrette.....	66
4.1.2 Méthode de collecte des données.....	68
4.2 La charrette : journal de bord.....	69
4.3 Charrette : le parcours d'idéation des équipes.....	76
4.3.1 Groupe Éducatif.....	76

4.3.2 Groupe Étui à condoms	78
4.3.3 Groupe Petite fleur.....	80
4.3.4 Groupe architectural	82
4.4 Méthode d'analyse des données	83
5. Analyse	87
5.1 Les données collectées.....	88
5.1.1 Étui à condoms : observations	88
5.1.2 Architecturale : observations	91
5.1.3 Éducative : observations	94
5.1.4 Petite fleur : observations	96
5.2 Regroupement des données.....	99
5.3 Conclusion : des justifications qui débordent l'efficacité industrielle.....	101
6. Conclusion	103
6.1 La démarche d'enquête	103
6.2 Limites	104
6.3 Retombées de la recherche (théorique, pédagogique, social)	104
Bibliographie	108
Références scientifiques.....	108
Littérature grise	116
Annexe I.....	118

Remerciements

Ce projet de recherche a pris plus de temps que j'aurais pu le croire. Il n'a pas été facile d'en venir à bout et ce parcours m'a permis de repousser mes limites intellectuelles. Il va sans dire que le soutien moral de mes proches a été précieux lors de cette conquête.

J'aimerais remercier mes parents qui n'ont jamais cessé de croire en moi. Leur appui inconditionnel et leurs mots d'encouragements m'ont permis de persévérer malgré les difficultés rencontrées et les instants où je considérais quitter le milieu de la recherche.

I also need to put in a word for Emmanuel that stayed by my side and encouraged me to pursue this master. You were with me whenever I needed it and stayed positive throughout the whole process. You also managed to make my inspiration spark and my willpower bounce back whenever it was fading.

Un énorme merci à ma compagne de maîtrise et ma partenaire de rédaction Sabrina. Sans toi, mon expérience n'aurait pas été la même et je suis fière de nous, peu importe la finalité de ce parcours. Puis à Valérie, Yaprak, Stéphanie et Any car votre aide dans ce travail de rédaction m'a été précieuse. Sachez que je vous suis reconnaissante du fond du cœur.

Finalement, merci à Philippe de m'avoir accueillie au sein de son laboratoire et de recherche, puis de m'avoir partagé ses connaissances et son expertise en recherche.

Liste des tableaux

Tableau 1: Projets de design axés sur la sexualité dans les magazines Designboom et Dezeen (2019)	44
Tableau 2 : Horaire de l'activité de charrette.....	70
Tableau 3 : Liste des participants, classés par équipe de travail	72
Tableau 4 : Outil de travail présentant les personas et les situations servant à la création d'une problématique de travail pour les équipes.....	75
Tableau 5 : analyse des données du groupe Étui à condom	89
Tableau 6 : analyse des données du groupe Architectural	93
Tableau 7 : analyse des données du groupe Éducatif.....	95
Tableau 8 : analyse des données du groupe Petite fleur.....	98

Liste des figures

Figure 1 : parcours d'idéation du groupe Éducatif	77
Figure 2 : parcours d'idéation du groupe Étui à condom	79
Figure 3 : parcours d'idéation du groupe Petite fleur.....	81
Figure 4 : parcours d'idéation du groupe Architectural	83
Figure 5: taux de récurrence des cités dans le discours des groupes ayant participé à la charrette...	100

Liste des sigles

ADIQ : Association des designers industriels du Québec

CLSC : Centre local de services communautaires

Liste des abréviations et définitions

Etc. : Etcétera

Agent : Personne qui exerce une action d'une certaine sorte, qui joue un rôle déterminant dans la production d'un fait humain ou social (Éditions Larousse 2020a).

Cités : Caractéristiques par lesquels l'agent formule un discours justificatif au sein de contextes politiques et économiques ou d'un l'espace social.

Charrette : Activité de design se présentant dans un lapse de temps restreint. Ce processus de design est souvent employé lors de concours.

1. Introduction

Ce projet de recherche s'intéresse au rôle joué par la morale, les interdits, les tabous, les normes sociales, dans le travail des designers. Bien sûr, les designers n'agissent pas en vase clos et, comme pour tous les autres professionnels, ils sont constamment assujettis aux normes et valeurs morales de leur communauté. Mais, la possibilité qu'un interdit puisse être intégré par le designer et teinter, voire contraindre de l'intérieur, sa propre capacité d'innovation est plus difficile à admettre. C'est pourtant ce que nous avons pu observer au cours de nos études universitaires de premier cycle. Le poids des tabous et la place des normes sociales sont des parties prenantes du travail des designers, mais cette dimension morale de l'acte de design semble mal comprise et mal assumée par ses praticiens. En nous intéressant aux attitudes et aux tactiques de conception adoptées par des apprentis-designers engagés dans un projet visant à trouver une réponse innovante au problème de santé publique que représentent les pratiques sexuelles à risque, nous avons souhaité éclairer ces tensions morales qui posent d'importants défis éthiques.

1.1 L'histoire qui motive le début de cette recherche

Lors d'une journée d'école de ma dernière année au primaire, notre professeure a demandé aux garçons de sortir dans le couloir rejoindre un professeur masculin, et aux filles de rester assises à leur bureau. À ce moment, alors que les garçons recevaient des condoms, les filles recevaient des serviettes hygiéniques d'une professeure rouge de gêne qui marmonnait une explication quant à l'utilité de ce produit. Ce que je retenais de ce premier rapport avec la sexualité était la honte d'en parler ouvertement.

Aborder un sujet de la sorte peut effectivement nous rendre vulnérables, puisqu'il fait partie de notre intimité. Pourtant, le sexe est une thématique qui intrigue. Consciente des multiples

problématiques du secteur, j'ai décidé d'approcher le sujet lors d'un des projets d'atelier que je devais compléter dans le cadre de mes études de baccalauréat en design industriel.

C'est donc à la problématique des infections transmises sexuellement et par le sang (ITSS) que j'ai dédié mon projet final de diplôme en design industriel. Ma motivation à entreprendre ce projet reposait sur le manque de connaissances à propos de la sexualité que j'avais noté chez mes amis lorsque j'étais plus jeune. De plus, je trouvais inquiétant que tant de questions se posent encore parmi un grand nombre de mes collègues maintenant parvenus dans la jeune vingtaine. Une de mes grandes motivations venait du fait d'avoir remarqué que lorsqu'on démontre des connaissances et une ouverture sur la thématique, les personnes semblent plus enclines à se tourner vers nous afin d'obtenir de l'information sur le sujet ou de discuter d'une situation qu'elles ont vécue. Par chance, mon professeur était réceptif à ce choix de sujet. Je me lançais alors dans un travail qui apporterait plusieurs autres questionnements et, plus tard, ce mémoire.

Le design est un outil puissant pour celui qui sait l'utiliser. Il peut servir à améliorer, il peut dénoncer, il fait appel à la créativité et il ouvre sur des innovations tout à la fois. Il peut être un vecteur de changements positifs tout aussi bien que négatifs. À mes yeux, le design se doit de mettre plus d'accent sur l'impact socioculturel qu'il peut avoir, avant même de s'attarder à la forme esthétique de l'objet ou du service en développement. C'est donc armée de mes valeurs morales, celles mêmes qui construisent mes principes et mes idéaux, que je me suis alors engagée dans ce projet de fin d'études.

Lors de ce dernier j'ai réalisé que ces mesures développées pour contrer les pratiques sexuelles à risque nous sont apparues peu variées, peu originales et souvent peu efficaces, donc un domaine en manque de créativité et d'innovation. Pensons entre autres aux dépliants et affiches distribués dans des espaces publics, semi publics et privés (tel que le bureau d'un professionnel de la santé) ou à l'éducation à la santé sexuelle qui est réalisée par des professeurs n'étant pas obligatoirement issus du domaine de la santé ou de la sexologie.

Par le biais de la curiosité des professionnels de la santé à mon égard, je constate que le design est potentiellement absent du domaine parce que les organismes de santé publique ne comprennent pas les enjeux de design qu'implique la mise en œuvre des politiques de santé. Pourtant, le design et l'innovation peuvent aider à transformer les initiatives (diversification, approches centrées sur utilisateur, approches participatives, etc.). Finalement, je me questionne à savoir si la faible présence des designers dans ces projets est due à une incompréhension du rôle qu'ils peuvent jouer dans ce domaine soit parce qu'ils ne voient pas les opportunités de design que le domaine présente, soit ils prennent leurs préjugés moraux pour des préconisations éthiques.

À la suite de ce projet de fin d'études de premier cycle en design, notre vision du domaine a été transformée. Cette expérience a mis en lumière plusieurs facteurs en lien avec le domaine et ses acteurs. Dans un premier temps, bien que nous ayons tout juste travaillé sur un projet de design portant sur l'éducation sexuelle des jeunes adultes et générant, par conséquent, des contraintes morales lourdes, nous nous sommes questionnés sur les possibilités de traiter ce type de problématiques dans un contexte professionnel.

1.2 Les enjeux moraux du design social et de politiques de santé publique

Il y a peu de temps, la vocation du design était encore « pragmatique (fonctionnel). La morale (politique) et les considérations éthiques n'étaient pas de son ressort » (Flusser 1999, 66). Aujourd'hui cependant, sachant qu'il existe de multiples problématiques sociales comportant de forts enjeux moraux, il est important que le designer puisse y travailler (Ibid 1999). En effet, une recherche sur les plateformes Dezeen et Designboom qui publient une multitude de projets de design, permet de réaliser que bien que le design se préoccupe d'enjeux sociaux, ces enjeux ne composent pas la majorité de ceux traités dans ce domaine. On y recense tout de même 403 projets touchant des enjeux politiques en 2018 seulement.

Les projets de design axés sur la santé publique, l'intégration sociale, le vieillissement, la pauvreté, la santé mentale, la mort et bien d'autres, présentent tous des enjeux moraux,

potentiellement générateurs de conflits pour le designer. Afin d'exemplifier ces propos, nous pensons au design pour les personnes vieillissantes. Il existe plusieurs produits axés sur les besoins de ce groupe d'âge sur le marché, et ils sont fortement axés sur l'ergonomie et l'accessibilité. Cependant, plus que d'imaginer des produits pour les populations vieillissantes, Gretchen Addi de la firme IDEO a choisi d'impliquer une sénior de 90 ans à ses projets en l'accueillant dans son équipe de designer (Monnier 2017; Tsui 2017). À la vue de cette décision peu commune, nous nous demandons si un jeune designer est réellement le mieux placé pour répondre aux besoins de nos aînés, et s'il le fait, quelles sont les règles à respecter. Devrait-il se fier à son intuition et à des observations ? Est-il raisonnable et suffisant de faire appel aux méthodes de design social tel que l'implication spontanée aux phases clés du projet des personnes visées par le produit ? Comment le designer fait ses choix et comment il les justifie alors que ses actions peuvent potentiellement affecter la qualité de vie d'un autre humain? Nous pouvons aussi imaginer des projets de design combinant plus d'un aspect ayant un poids moral lourd ce qui nous amène à nous demander quelles ressources sont à la disposition du designer pour faire face à de telles problématiques.

1.2.1 Les appuis institutionnels de la morale chez les designers

Le designer étant un être ayant une conscience individuelle, il agit comme il lui semble approprié de le faire (Delsol 2014, 103-4), tout en observant les normes qui régissent son milieu de vie. Cette conscience morale lui permet de porter des jugements normatifs spontanés sur ses actes, ce qui implique que le designer se heurte à son propre jugement (Lalande, 2009 ; cité par Terré, 2014, 114) lorsqu'aux prises avec des problématiques polémiques.

Ces facteurs d'influences intrinsèques sont additionnés de facteurs externes provenant des institutions. En l'occurrence l'Association des designers industriels du Québec (ADIQ) et les établissements de formation, ont-elles un rôle à jouer en la matière ? Israël Scheffler (2003, 204) écrit que « le but de l'enseignement n'est pas de changer le comportement des gens par exemple en les faisant apprendre, mais de transformer le comportement en action » ; nous nous intéressons plutôt à l'argument de Macmillan & Garrison (1988, 6) proposant que « l'enseignement puisse

fonctionner comme une cause de changement dans les croyances». Il reste à savoir si l'enseignement du design se penche suffisamment sur des thématiques morales afin d'aider les étudiants à naviguer avec autonomie et justesse ces projets. Quant au code déontologique de l'ADIQ, nous estimons qu'il offre peu de support au designer en dictant qu'il est de son devoir « d'éviter toute atteinte à la sécurité et à la santé » de l'humain. Cependant, ces limites restent ouvertes à l'interprétation, selon la conscience morale unique d'un individu comme étudié précédemment.

1.2.2 Les ressources sociales de la moral en design

Tout au long de son travail, le designer est assujéti au jugement des confrères et à la société qui l'observe. Conséquemment, il a besoin d'avancer des arguments justificatifs logiques pour appuyer ses décisions. À ce sujet, la théorie de la justification par Boltanski et Thévenot offre un éclairage intéressant. Cette théorie définit six (6) « mondes », c'est-à-dire des espaces déterminés par des modes de justification spécifiques qui se croisent. Ces six mondes renferment chacun un principe supérieur commun qui peut justifier les actions et décisions d'une personnes. Le « monde domestique » tend à mettre en avant la tradition, le « monde civique » l'importance de la représentativité, le « monde industriel » valorise l'efficacité, le « monde de l'opinion » fait primer la renommée, le « monde inspiré » souligne la créativité, l'originalité ou l'unicité, enfin le « monde marchand » est celui de l'intérêt et de l'accumulation. Individuellement, ces mondes offrent diverses façons à l'acteur pour se justifier sans se confronter à des principes multiples. Ensemble cependant, ils laissent place à des confrontations complexes dans lesquelles les valeurs soutenant les justifications ne sont pas issues du même principe supérieur, mais qui permettent tout de même un discours entre agents.

Sachant que nous désirons étudier le processus décisionnel du designer lorsqu'il se concentre sur des projets présentant de fortes contraintes morales et les outils qu'il emploie, nous nous attardons sur le processus de négociation et l'influence entre pairs travaillant sur un projet commun. Comme établi précédemment, chaque agent a une perspective qui lui est propre. De fait, il aura à avancer

des arguments justificatifs en cohésion avec celle-ci. Puisque plusieurs parties prenantes expertes participent à un même projet, il est quasi inévitable que des instances de négociation surgissent, puisque chacun poursuit une fin définissant un projet qui lui est propre (Van Bockstaele et Schein 1971, 14) en développant ses propres concepts et représentations du produit à développer (Bucciarelli 1994).

C'est ce cheminement justificatif emprunté par les designers lorsqu'ils travaillent sur des projets présentant d'épineux dilemmes moraux que nous avons souhaité examiner. C'est ce cheminement qui nous semble le plus susceptible de révéler les insuffisances et les fragilités de cette pratique.

1.3 Stratégie de recherche

Notre recherche n'a pas pour objectif d'offrir une image représentative des aptitudes et pratiques des designers confrontés à des projets à fortes contraintes morales. Nous visons plutôt à démontrer que le designer peut faire du design sous fortes contraintes morales, notamment dans le cadre de projets traitant d'enjeux aussi délicats que la pauvreté, l'immigration ou les pratiques sexuelles. En effet, notre expérience passée du développement d'un dispositif pour la prévention des ITSS et notre balayage du domaine du design social nous a permis de croire qu'il est possible de traiter ce type de problématique sociale et sanitaire en design. Toutefois, de telles thématiques comportant un axe moral fort, présentent des défis qui soulignent les fragilités de la pratique du design sur les plans méthodologiques, pédagogiques et éthiques.

Afin d'examiner les outils conceptuels, techniques et moraux dont disposent les designers face à des contraintes morales, nous nous sommes intéressés particulièrement à la méthodologie de travail et au discours qu'ils entretiennent lorsqu'ils entreprennent des projets dont la thématique présente un caractère tabou. C'est grâce à des données collectées dans le cadre d'une activité d'idéation présentant des problématiques centrées sur des enjeux de santé sexuelle que nous avons pu examiner nos hypothèses. La charrette de design organisée spécifiquement pour recueillir les

données nécessaires à ce travail a permis d'accueillir onze (11) participants, dont huit (8) femmes et trois (3) hommes, ce qui nous a permis de composer un total de quatre (4) groupes de travail.

À la suite de cet exercice, nous analysons 34 passages conversationnels du point de vue des cités de Boltanski et Thévenot. Ce faisant, nous constatons que les participants ont une forte tendance à construire leur argumentaire en concordance avec la cité industrielle. Cette dernière prône l'efficacité sans être conscient de son existence. Néanmoins, les autres cités sont aussi présentes. Les autres espaces justificatifs de trouvent à dix reprises dans la cité *domestique*, six pour la cité *inspiré*, deux pour la cité *civique* et ultimement une pour la cité *marchande* et de l'*opinion*. De plus, certains arguments se situe dans la pensée d'une cité unique, alors qu'au sein d'autres passages du discours elles se côtoient, une particularité bien souligné par Boltanski et Thévenot.

Le nombre de groupes observés pour cette étude expérimentale ne peut être considéré comme représentatif de la pratique du design. Cependant, la présence de toutes les cités dans ces quelques discours permet d'observer la flexibilité du discours du designer, mais aussi la complexité de son projet, bien qu'ayant un taux de récurrence disparate.

1.4 Description du document

Au **chapitre 2**, nous procédons à l'exploration des projets de design passés et présents, portant sur des thématiques potentiellement controversées sur le plan moral. Cette revue de littérature non savante permet d'offrir un aperçu des enjeux du design sous fortes contraintes morales, mais aussi d'observer quelle typologie de projets est proposée. Le livre *Sex design* (Rippon 2006) offre un recueil important de projets combinant la sexualité et le design qu'il s'agisse de produits esthétiques, de projets de sensibilisation ou d'objets pour le plaisir sexuel. Cependant, de tels catalogues ne donnent pas accès aux postures qu'adoptent les designers face à ces problématiques socialement complexes et c'est justement ce qui nous intéresse d'observer.

Le **chapitre 3** rend compte de notre exploration des connaissances déjà développées en design à propos de ces enjeux. Nous nous concentrons alors sur la littérature traitant des dimensions éthiques et morales en design, mais aussi dans d'autres disciplines tels que la sociologie. Cette phase de la recherche permet un approfondissement des connaissances préalablement acquises à l'égard de ces sujets, en plus d'introduire le modèle analytique employé, fortement basé sur le travail de Boltanski et Thévenot.

Notre stratégie empirique est détaillée au **chapitre 4**. C'est à ce moment que nous précisons le protocole quasi expérimental développé. Les modalités de la collecte des données s'effectuent par l'enregistrement d'une journée de design. Le tout se présente sous la forme d'une charrette, une activité de design effectuée sur un court laps de temps et suivant des critères prédéterminés. La participation des personnes observées se fait sur une base volontaire. Des enregistrements, nous obtenons quatre verbatims, soit un pour chaque groupe présent.

L'analyse des données recueillies est présentée au **chapitre 5**. L'exposé des résultats est organisé en deux phases. Dans la première, les résultats obtenus de l'analyse des verbatims des quatre groupes participants sont relatés. Précisément, nous observons 32 séquences du discours des équipes afin de comprendre comment ils justifient leur propos à travers le projet de conception. Afin d'offrir une vue d'ensemble, les résultats sont ensuite coalisés. La clôture du chapitre établit les limites de notre travail ainsi que les opportunités de recherche futures.

En **conclusion**, nous rappelons la démarche d'enquête de la recherche. Nous révisons aussi les retombées théoriques, pédagogiques et sociales de ce travail.

2. Problématique - La morale dans la pratique des designers

Les difficultés rencontrées dans le développement d'un projet de design destiné à répondre au défi sanitaire que posent les pratiques sexuelles à risque chez les jeunes adultes nous ont amenée à nous questionner sur les raisons qui expliquent pourquoi l'engagement des designers semble varier en fonction du degré de polémique suscité par un domaine d'intervention. Notre hypothèse suppose qu'une partie de l'explication vient des capacités du designer, méthodes, compétences, éducations, qui peuvent faire défaut lorsque les problèmes qui le confrontent présentent de forts enjeux moraux. Nous allons donc chercher à mieux comprendre comment la démarche des designers est affectée par les projets ayant de fortes implications morales. Pour y parvenir, il est donc important de bien cerner quels sont les projets ou les thématiques qui peuvent engager cette variété de contraintes. Comme mentionné précédemment, la vocation du design n'a pas toujours été vue comme une vocation politique, puisque la pratique des designers s'ancre traditionnellement dans des projets pragmatiques, voire fonctionnels (Flusser 1999, 66). Cependant, depuis une vingtaine d'années, des changements se sont opérés dans cette pratique innovante. Ces changements nous invitent à nous questionner sur ces projets de design qui, aujourd'hui, se conjuguent à des considérations éthiques et morales (Ibid 1999, 66).

Il nous semble désormais important que les designers s'interrogent sur leur contribution aux problématiques sociales notamment lorsqu'il est question de design social, de design de service et de design d'expérience. Ces trois approches interagissent précisément avec les besoins intrinsèques de la personne en vue d'apporter des changements sociaux positifs (Yee, Jefferies, et Tan 2013). L'extension du domaine du design à ces secteurs souligne de manière plus forte les enjeux éthiques et moraux de cette pratique couramment traités dans la littérature savante.

2.1 Empathie, défi et éthique : comment le designer s’y retrouve?

Lorsque nous référons aux thématiques comportant des contraintes socialement complexes, nous pensons par exemple à des projets de design touchant la santé publique, l’intégration sociale, le vieillissement, la pauvreté, la santé mentale, la mort, le suicide, l’avortement, le choix de ne pas enfanter, l’orientation sexuelle et le racisme. Pensons aux complexités du mouvement black lives matter, un mouvement démarré en 2013 et qui s’est récemment médiatisé aux États-Unis, mais aussi au Canada et au Royaume-Uni suite à la mort de Trayvon Martin (Biography.com 2014; « Black Lives Matter » s. d.) et s’accéléralant suite au meurtre de George Floyd (Lebeuf 2021). Ce mouvement social a comme mission de combattre les injustices raciales envers les personnes noires. Le designer, lorsqu’il est appelé à intervenir sur le plan social, pour atténuer les injustices ou garantir l’accès de tous à des ressources sociales, est-il à l’abris de ce type de mouvement ? Le designer est-il apte à contribuer aux réponses apportées à de tels mouvements, notamment en limitant la discrimination potentielle que peut générer certains services qu’il conçoit, en proposant des activités, des expériences qui favorisent le respect de la diversité ? Et s’il le fait, peut-il se fier à ses connaissances ? Pour y arriver, doit-il être noir, ou peut-il être blanc ? Et encore, serait-ce ici le syndrome du sauveur que de vouloir offrir des solutions en tant que personne blanche ? Serait-il plus judicieux d’uniquement offrir ses services afin de soutenir les personnes noires dans leurs propres démarches ?

Nous pourrions offrir un discours similaire à l’attention de toutes les thématiques avancées plus tôt : les femmes qui choisissent d’interrompre leur grossesse se heurtent à énormément de jugements. Les designers peuvent-ils faire abstraction de leur propre jugement sur cette question pour parvenir à proposer des solutions innovantes afin de lever les barrières, sociales, culturelles, économiques, de ce type d’opération ou de limiter les risques sanitaires et les écueils sociaux liés à ce choix ? Un designer peut-il sans effort considérer les personnes âgées comme des êtres ayant toujours des projets, des aspirations et des désirs pour leur offrir des lieux de vie plus adéquats ?

Il faut aussi considérer les préférences du designer. Est-ce que le designer s'intéresse à ces problématiques? Est-il à l'aise à prendre part à ces discours et de quelle manière sait-il le faire?

C'est justement sur ce processus de conceptualisation en design que nous nous attardons. Nous considérons intéressant de nous demander comment les tabous moraux peuvent affecter le travail des innovateurs lorsqu'ils sont appelés à intervenir sur des problèmes socialement polémiques ou délicats. Les valeurs morales d'un innovateur peuvent-elles représenter un obstacle insurmontable? Quelles ressources ou stratégies les innovateurs mettent-ils en œuvre pour dépasser leurs valeurs morales personnelles?

2.1.1 Les responsabilités des designers : de la beauté des objets, à l'environnement et la société

Nous nous intéressons à ces questions car l'influence du design sur la société est indéniable (Niedderer et al. 2017, 3). Il affecte tous les aspects de nos vies, que ce soit à travers une activité spécifique comme le sport ou un objet de la vie quotidienne comme la chaise de travail sur laquelle une personne s'assoit. Au fil du temps, une meilleure compréhension du design et l'évolution de la profession permet donc d'établir que la responsabilité de ses praticiens va au-delà de la production de simples objets industriels ou esthétiquement plaisants. À cet effet, Kristina Niedderer et Al. (2017), avancent que le designer a une grande part de responsabilité dans l'économie et dans l'industrie de la consommation. Dans les années 1970, Victor Papanek a initié une prise de conscience sociale en design en dépit du désir de profits économiques (Gowan 2016). Étant innovateur et créateur de nouveaux produits et entretenant un lien jusqu'à présent intrinsèque avec l'économie et la production, le design a aussi « une énorme implication dans tous les aspects de la vie humaine, incluant la santé ... » (Niedderer et al. 2017, 10). Nous pensons par exemple aux impacts plus subtils, voire transparents, que le design a sur l'utilisateur de produits et qui se perçoivent par l'observation de changements aussi simples que la taille d'une assiette ou d'un verre : une assiette plus petite aurait tendance à réduire les portions consommées, alors qu'un récipient plus gros aurait l'impact contraire (Wansink et van Ittersum 2013).

Cependant, les projets de design ne sont pas uniquement centrés sur des produits. Le design est dorénavant présent dans une multitude de secteurs autres que l'industrie manufacturière. Entre autres, nous identifions des projets de design de politiques publiques, de santé concernant l'accès aux soins ou encore les problématiques du vieillissement. Nous assistons ainsi à l'apparition de projets comme celui initié par l'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ) qui a collaboré avec le studio de motion design Bifurk. Ensemble, ils ont développé le projet Du sexe et des chiffres, un projet vidéo visant à déconstruire les mythes sur la santé sexuelle des jeunes adultes (Poiré 2017). Ces projets de collaboration entre professions sont fort pertinents à noter, puisqu'ils sont complexes et impliquent plusieurs parties prenantes qui sont à la recherche d'une solution commune pour une problématique spécifique qui est l'un des composants du design inclusif. Cette approche vise à produire une solution tout en capturant les besoins réels d'individus et en les communiquant aux designers par le biais de divers dispositifs.

Cette approche méthodologique du design en est une parmi d'autres qui a pour objectif de répondre aux problématiques modernes complexes sur lesquelles les designers sont de plus en plus amenés à intervenir (Burns et al. 2006). Dans un document présentant les transformations de la profession et publié par le Design Council³, il est expliqué que les problèmes complexes peuvent présenter une certaine « ambiguïté dans leur nature, être connectés à d'autres problèmes et sont susceptibles d'être imprévisibles ou d'engendrer des conséquences involontaires »⁴ [traduit

³ Le Design Council est un organisme public conseillant le gouvernement du Royaume-Uni sur ses décisions lorsqu'il est question de design et de projets connexes à cette profession.

⁴ « Complex problems are messier and more ambiguous in nature; they are more connected to other problems; more likely to react in unpredictable non-linear ways; and more likely to produce unintended consequences. Tackling climate change is a good example: any solution would require many individuals and many global institutions to change behaviour on many different levels. » (Burns et al. 2006, 8)

de l'anglais]. Le document illustre ces conséquences par le biais des changements climatiques et des impacts mondiaux multiples que peut générer un projet de design. Ces conséquences révèlent dès lors la composante morale du design qui nous porte à réfléchir sur l'impact d'une solution, mais aussi du projet dans son intégralité. Dorst (2006, 643) avance justement qu'une « partie de la prise en charge de problèmes moraux est directement liée à la façon d'interpréter le problème, et de prendre en compte tous les points de vue possibles (c'est-à-dire les intérêts des parties prenantes, des employeurs, etc.) à l'égard du problème »⁵ [traduit de l'anglais]. Dans ce même texte, il ajoute que les « problèmes de design peuvent être observés comme des symptômes de problématiques plus larges »⁶ [traduit de l'anglais] et que le designer y recherche une solution selon les ressources et le temps dont il dispose, tout en considérant les dilemmes éthiques présents surtout lorsqu'il est question de controverses sociales (Ibid 2006, 643).

Justement, le World Design Organization (WDO) (2020) invitait récemment la communauté du design au #COVID19DesignChallenge à proposer des options ingénieuses pour soutenir la population durant la crise du COVID-19 (Ibid 2020). Cette organisation promeut la valeur ajoutée du design et les avantages compétitifs qu'il peut apporter aux projets, tant sur le plan économique que sur les plans social ou environnemental. Selon le WDO (2019), l'humain et ses besoins sont au cœur de tout projet de design.

Cette diversification du domaine génère des mouvements forts intéressants tels le design social ou le design de services qui se forment une place visible dans la manière de pratiquer. Lors d'une entrevue avec *ItalicNews*, Andrew Shea explique que le design social a pour but premier d'affecter

⁵ « Part of dealing with moral problems has to do with deciding how to interpret the problem, and accounting for all possible views (i.e., interests of stakeholders, employers, etc.) towards the problem. »

⁶ « Often, design problems can be viewed as symptoms of other, higher level problems. »

positivement une population ou une communauté (Bergamin 2012). Il avance aussi que la pratique est en pleine effervescence, axant son approche sur les entités plutôt que sur le profit. S'ensuit l'évocation du changement que peut porter en lui le design social sur les comportements d'autres humains. Puisque ce courant aspire à donner une réponse ou une solution aux besoins exprimés par l'humain, il contribue à sa manière à bonifier le monde de demain (Ibid 2012; Barriello 2011).

Toutefois, nous devons être réalistes. Selon David Sless (2012, 59) justement, cette vision ne serait peut-être pas aussi viable en réalité qu'elle ne l'est sur papier. À cet effet il explique que :

« Ces idéaux, rêves, visions de panacées, sont, dans une mesure limitée, durables dans les limites du cadre dans lequel ils sont affichés, du morceau de papier où ils sont dessinés, ou de l'objet solide qui les concrétise - une affiche, une bouilloire, un bâtiment. Mais une fois que nous sortons de ce cadre étroit, notre capacité à créer un ordre et à atteindre cet équilibre pénétrant et harmonieux est sévèrement mise à l'épreuve, sinon détruite, par deux choses : notre propre position dans un cadre de référence personnel et social déjà établi, et la taille et la complexité de notre monde. »⁷ [traduit de l'anglais]

Ce genre de responsabilité auquel les problématiques sociales confrontent le designer nous invite à examiner les ressources, méthodologiques, personnelles et institutionnelles auxquelles il a accès dans sa pratique. Les passages suivants font ainsi état du designer en tant qu'être social, puis des outils qui lui sont offerts pour être mieux préparé à traiter ces problématiques sociales complexes.

⁷ « Such ideals, dreams, visions of panaceas, are, to a limited degree, sustainable within the limits of a picture frame, a piece of paper, or a single solid object-a poster, a kettle, a building. But once we move out of this narrow frame, our capacity to create order and achieve that penetrating, harmonious balance is severely tested, if not destroyed, by two things: our own position within an already established personal and social frame of reference, and the sheer size and complexity of our world. »

2.1.1.1 Le designer en tant que personne sociale

Considérant le designer comme un individu à part entière, nous concédons que dans toutes ses actions il cherche à effectuer la « meilleure [action du point] de vue de ses valeurs et de ses convictions sur les valeurs sociales de la conception » (Campbell, Schwier, et Kenny 2005, 243). Effectivement, plus qu'un professionnel, le designer est avant tout un être humain et, comme tout autre individu, il agit comme il le juge approprié. Selon Durkheim (1894, 468), ce tout relève du fait social qui construit nos « manières d'agir, de penser et de sentir, extérieures à l'individu, et qui sont douées d'un pouvoir de coercition en vertu duquel ils [les pouvoirs] s'imposent à lui ». Le tout se présente « par des comportements socialement déterminés par des règles plus ou moins visibles (manière de se suicider, choix de s'adonner à des rapports sexuels, etc.) » (Demoney 2016, 33).

Puisque dans tout projet, le designer doit faire des choix, il s'appuiera sur sa vision du bien. Cette action désigne un mouvement vers une fin. En d'autres mots, faire du design c'est agir vers quelque chose qui est ordonné selon nous et qui s'oppose au chaos (Armogathe 2014). Ce parcours est soutenu par une volonté qui est elle-même formée par un désir (Ibid 2014). Cet état s'applique aussi lorsque le designer est confronté à une problématique dont la thématique peut être polémique. Dans ces projets, il est ainsi confronté à son propre jugement, mais aussi au jugement des professionnels qui l'entourent et de la société qui observe son travail. Il est influencé par ces « manières d'être et de faire qui s'accompagnent d'un pouvoir de coercition (contrainte), soit par une sanction établie par la société, soit par la résistance de cette dernière » (Demoney 2016, 33).

C'est cette même société qui instaure une culture qui, à son tour, influence ses membres. Edward Burnett Tylor (2010, 1) propose que « la culture ou la civilisation [...] est cet ensemble complexe qui comprend la connaissance, la croyance, l'art, le droit, la morale, la coutume et toutes autres capacités et habitudes acquises par l'homme en tant que membre de la société ». Grant Ramsey (2013, 459) ajoute que la culture serait en fait un apprentissage social et héréditaire. La culture se construit par un amalgame de valeurs acquises au fil du temps (Grice 1998), ce qui permet à l'être

humain d'évoluer (Macdonald 1991). En ce sens, elle s'apprend par observation et interaction avec ceux qui nous entourent. Tout naturellement, les croyances et traditions qui sont issues de cette culture varient d'un individu à l'autre et d'une famille à l'autre. Qui plus est, la tradition peut se compléter d'innovations et accueillir les changements, ce qui permet de bonifier l'existant (Graburn 2000).

Ainsi chaque designer a son identité propre, mais on ne peut pas penser que le designer exerce une profession dans laquelle il choisit volontairement et consciemment d'inclure son identité morale. Philippe Gauthier (2006) souligne qu'au sein de la pratique, il est toujours difficile d'admettre dans un premier temps que nos actions sont issues en partie de nos croyances et de nos valeurs. Que l'acteur d'un projet en soit conscient ou non, il implique ses idéologies dans son travail de design. Cela implique que le design est un acte toujours empreint d'une certaine éthique morale. Mais est-il suffisant de savoir que l'acte de design relève toujours d'une éthique pour s'assurer que le designer saura, dans toutes les situations, agir dans l'intérêt de la société dont il est membre ? Différentes ressources existent pour contrecarrer ce qui peut être considéré comme des dérives potentielles ou les déficiences éthiques parfois affichées par le designer prenant conscience de tout le spectre de ses responsabilités. Nous en avons considéré deux types : les ressources institutionnelles et les ressources pédagogiques.

2.1.1.2 L'ADIQ : Un guide du designer moral ?

Étant donné la complexité de la profession du design et son attachement à la société de laquelle découle les valeurs morales, nous considérons important de comprendre qui sont les acteurs qui peuvent guider ces professionnels. La profession n'a pas de code déontologique qui soumet ses membres à des règles éthiques spécifiques. Un code de conduite existe au sein de l'ADIQ, mais seuls les professionnels qui se sont volontairement joints à cette association doivent s'y astreindre. Or, comme cette association est une des plus anciennes du Québec et une des plus connues, le code qu'elle propose joue un rôle important auprès de l'ensemble des designers de la province.

L'ADIQ est ce qui se rapproche le plus d'un ordre professionnel en design en offrant, notamment, un code de conduite morale pour les designers québécois et en proclamant « soutenir et encourager l'excellence des pratiques en design industriel [en plus d'offrir] aux designers industriels de l'information et des outils leur permettant de mieux remplir leurs obligations » (ADIQ 2015a).

Le code de conduite qu'elle propose, disponible sur sa plateforme, précise les devoirs et obligations de ses adhérents envers un client, un autre professionnel et auprès de la société. Un premier survol de ce code de conduite nous permet de constater que l'ADIQ ne semble pas proposer de solution spécifique aux designers confrontés à des problématiques sociales. Les devoirs du professionnel y sont simplement listés en mettant peu l'accent sur les aspects touchant le respect de l'humain et ses besoins envers le projet. En analysant le code déontologique, nous constatons également que le seul point qui concerne la société se présente comme suit : Le designer industriel doit éviter, dans ses démarches, toute atteinte à la sécurité et à la santé des individus, de la société et de l'environnement (ADIQ 2015b).

Dans son ensemble, le code est composé de sept (7) sections qui concernent les dispositions générales, les devoirs du designer envers le public, ses devoirs envers son client, ses devoirs envers sa profession, la fixation des paiements et honoraires, la participation aux concours et l'identification du designer industriel. Le préambule sert d'introduction au code et fait état général des responsabilités du designer envers la société et son client tel que l'obligation de bien travailler. Cette section définit aussi les limites du code : « Un geste ou une attitude non mentionné dans le Code pouvant porter atteinte à la société, au client ou à l'employeur ou à la profession et ainsi même contrevenir au Code, il faut donc comprendre, interpréter et appliquer le Code dans son esprit et non seulement dans sa lettre » (ADIQ 2018, 1) et les dispositions générales de ce dernier. À sa suite, les Dispositions générales invitent les designers à respecter le Code. La section Devoirs envers le public demande aux designers d'éviter toute atteinte à la santé et à la sécurité de la société. S'ensuivent les Devoirs envers son client, soit de travailler dans l'intérêt du client, de refuser un emploi mettant en conflit ses intérêts personnels et ses devoirs professionnels, d'éviter de travailler sur des produits d'entreprises concurrentes à la fois, d'assurer la confidentialité des

informations qui lui sont partagées, d'entreprendre uniquement des projets pour lesquels il a les compétences nécessaires, de s'assurer qu'un mandat est préétabli avant de commencer un projet, puis être sincère et transparent dans ses intentions et attentes devant son employeur. Ses Devoirs envers la profession sont le respect de ses pairs [autres designers] (il ne faut remplacer un autre designer uniquement que si son contrat est terminé, éviter les médisances ou la concurrence supportée par des propos malhonnêtes), la dénonciation de pratiques du design qui vont à l'encontre de l'éthique du Code, le respect de la propriété intellectuelle et l'intolérance envers le plagiat, puis le partage des connaissances afin de faire évoluer le domaine. La section Fixation des paiements et honoraires établit les questions de salaires et la section Participation aux concours informe le designer qu'il peut participer aux événements respectant le Code et ses dispositions. Finalement, le designer est informé des règles entourant la présence de l'appellation ADIQ dans son titre professionnel, ainsi que les limites dans lesquelles son nom peut être rattaché à un projet sous l'Identification du designer industriel.

Ce code incite ainsi le designer à travailler toujours dans l'intérêt de son client, tout en veillant à conserver la dignité de sa propre profession et en évitant toute atteinte à la santé et à la sécurité des individus. Il couvre assez largement les responsabilités commerciales et civiles qui relèvent du design. Toutefois, il nous semble mettre peu l'accent sur les responsabilités sociales qu'encourt le designer. La seule recommandation qui concerne cette responsabilité invite le designer à ne pas accepter de contrat « pouvant mettre en conflit ses intérêts personnels et ses devoirs professionnels » (ADIQ 2015b). Qu'en est-il alors du projet entamé où survient une contrainte inattendue allant à l'encontre des valeurs du designer? Devra-t-il renoncer au projet, se plier aux demandes de l'employeur ou encore tenter de concilier ses « intérêts personnels » en laissant de côté certains aspects du projet? Et s'il en venait à refuser de coopérer par conviction personnelle ou à faire le mauvais choix en coopérant, quels seraient les impacts potentiels sur sa crédibilité professionnelle? Sans oublier que le projet sur lequel il travaille est son gagne-pain et lui permet de subvenir à ses besoins primaires. Donc entre son intérêt personnel et professionnel, comment faire le bon choix?

Notons toutefois qu'il s'agit d'un code de déontologie, et non un code d'éthique, et qu'il n'a toutefois pas pour objectif essentiel de guider ses adhérents dans des choix moraux.

Sans guide spécifique pour l'orienter dans les projets où il est confronté à des dilemmes moraux, le designer doit alors se fier à ses propres ressources, ses valeurs, sa compréhension de la situation traitée, etc. Cependant, il serait incorrect d'imaginer que le designer manque de conscience éthique. Selon Katy Campbell et Al. (2005), la morale peut être enseignée. Conséquemment, le professeur serait un « agent du changement social sur le plan personnel, relationnel et institutionnel » (Ibid 2005, 242). Le but de l'enseignement est d'inculquer des connaissances éthiques à l'apprenti qui saura ensuite peser le pour et le contre de ses actions dans une multiplicité de situations issues de la pratique professionnelle.

2.1.1.3 Moralité et éducation

Il est pertinent d'observer le rôle de l'éducation dans le développement de l'éthique des designers, sachant qu'elle joue un rôle important dans les connaissances acquises par un jeune designer. La scolarité, et spécifiquement les établissements de formation universitaires ont l'ambition de former de futurs designers professionnels qui sont « responsables, informés et compétents qui sauront aider les individus qui les entourent à atteindre leurs buts »⁸ [traduit de l'anglais]. L'école serait le premier endroit où les étudiants développent des projets de petite envergure qui généralement ont une courte durée de vie, qu'ils soient d'ordre « tangibles (lampes, chaises, carte, livres), numériques (applications, interfaces) ou intangible (services, stratégies) » (Pontisa et Van der Waarde 2020, 229-30). Ces nouvelles opportunités et ces défis s'offrent à eux dans plusieurs contextes, social, culturel, technologique, environnemental et économique (International council

⁸ « The ultimate goal of design education is to provide society with responsible, knowledgeable, and skilled professionals that can help people better achieve their goals. » (Noël 2020, 7)

of desing 2010, 25). Il est important qu'ils s'arment d'outils leur permettant de comprendre qui aura besoin de la prestation qu'ils livrent, mais aussi d'envisager les impacts du projet en réfléchissant à la problématique qui le détermine, au-delà de la forme (Noël 2020, 8) et ce grâce à une éthique « rigoureuse et systématique, diverses stratégies de résolution de problèmes et l'utilisation d'un ensemble plus large d'outils et de méthodes »⁹ [traduit de l'anglais]. Cette diversification de l'enseignement se rapproche de la théorie de Jackie Gerstein (2014) qui explique la différence entre un processus maître-apprenti (apprentissage technique) et une éducation par la résolution de problèmes ancrés dans la réalité qui permet à l'étudiant d'appliquer sa pensée critique.

Toujours dans l'optique de mieux outiller les designers de demain vis-à-vis de la diversité de problématiques toujours plus complexes qui surviennent, le International council of design (2010, 25-29) a développé un guide présentant les critères importants à insérer dans l'enseignement du design présent et futur. Le site web de cette organisation mentionne aussi que ce manifeste sera revu en 2021 afin de le renouveler selon les besoins présents.

Ce désir de bien encadrer les étudiants démontre que le milieu universitaire joue un rôle important dans l'apprentissage que font les designers des différentes manières d'appréhender les projets qui peuvent leur être proposés et le développement de leur vision du design. Il semble raisonnable d'avancer que l'éducation a un grand rôle à jouer dans le développement éthique des designers de demain et que les changements nécessaires au sein du cursus scolaire sont recherchés, encouragés et même appliqués. Conséquemment, le développement de leur compétence morale serait favorisé

⁹ « ... rigorous and systematic way of working, multiple problem-solving strategies, and the use of a broader set of tools and methods. » (Pontisa et Van der Waarde 2020, 232)

soit directement (par le biais de théories) ou indirectement (par le partage de connaissances et de points de vue lors de travaux de groupes, de projets collectifs et de séances de critique).

2.2 Les problèmes de santé sexuelle : un problème de design ?

C'est dans le but de mieux comprendre la place de la moralité dans le discours des designers lors du projet que cette recherche a été mise en œuvre. L'extension du champ du design à des sujets qui prêtent largement à polémiques et touchent des enjeux délicats et moralement délicats nous semble faire peser de nouvelles exigences sur les épaules des designers. Ces sujets représentent autant de dilemmes potentiels mettant à l'épreuve l'engagement éthique du concepteur. Sur le plan de la recherche, ces sujets offrent donc l'occasion d'observer les enjeux moraux de l'acte de création.

Une des problématiques sociales susceptibles de générer les plus vives polémiques et à laquelle peu de designers s'intéressent est celle de la santé sexuelle. Il s'agit d'un enjeu de santé important au Canada et au Québec alors que le financement et les programmes publics qui y sont dédiés ont tendance à varier au grés des intérêts politiques poursuivis par les gouvernements. En somme, s'intéresser aux pratiques sexuelles à risque et aux façons de les infléchir ne serait pas plus neutre pour les représentants de l'État que pour le designer alors que ces problèmes continuent de peser sur la santé des populations.

2.2.1 Les enjeux des saines habitudes sexuelles

Selon Didier Fassin (2005), le maintien d'une bonne santé grâce à de saines habitudes de vie est un sujet préoccupant au sein de nos sociétés. La sexualité fait partie de cette préoccupation et il est commun d'entendre des discussions en lien avec la résurgence des ITS (Zeidler 2019; CBC News 2019), les avancées de la médecine (Duval 2019; Labelle 2019; Mercure 2019) et le rôle de l'éducation dans la diminution des pratiques sexuelles à risque (Gouvernement du Québec 2016b; Archambault et Duchaine 2017). Sur la page web de Radio-Canada (2019), plus de 240 entrées se rattachant à cette thématique sont accessibles au grand public.

Cette préoccupation se reflète aussi dans la multiplication des services visant à infléchir ces pratiques et les problèmes qu'elles occasionnent. Nous pensons entre autres à la distribution de préservatifs gratuitement dans différents points de service comme les écoles et les intervenants travaillant à la promotion d'une sexualité saine (Aime-toi.ca 2019). D'autres services comme Tel-jeunes, À bien y penser ou SexURL tentent de répondre aux besoins de connaissances des adolescents et des plus vieux (SEXURL 2018; Tel-jeunes 2019; Santé et services sociaux du Québec 2017). De nombreux organismes sociaux offrent des services de dépistage des infections transmissibles sexuellement et par le sang (ITSS) à des communautés à risque (Institut national de santé publique du Québec 2019; Gouvernement du Québec 2016a). Notons que ces services sont d'autant plus importants puisqu'avec l'accès à l'information qu'offrent les technologies modernes, le danger de se référer à de l'information erronée augmente (Mcknight et Kacmar 2006; Zannettou et al. 2019; Metzger et Flanagin 2000).

Parmi ces organismes, l'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ) se présente comme un pilier important de la recherche et du développement d'initiatives en faveur de la santé sexuelle dans le milieu médical ou social. L'INSPQ cherche entre autres à offrir des outils permettant à chaque individu de conserver ou d'améliorer sa santé (Cambon et al. 2013, 13; Tremblay 2013; Raphael 2012, 103). Cette organisation publique entretient des liens importants avec le système de santé en prodiguant des conseils et des mesures préventifs, en contribuant à la mise en œuvre de politiques et en s'engageant dans la recherche à ce sujet.

Selon nous, ces problématiques multiples et les services mis en place pour y répondre offrent la possibilité d'innovations par le design, car ce ne sont pas des problématiques auxquelles il existe une solution ultime. Qu'il soit question de la santé ou de l'éducation, un système est déjà présent pour répondre à la demande. Ces initiatives mises en place par une multitude d'acteurs (ex : Action Canada pour la santé et les droits sexuels, L'anonyme (prévention et éducation), Sex 'Info – Poser des questions sur la sexualité en toute confidentialité, Sexplique – La référence en éducation et en santé sexuelle, Le Y des femmes de Montréal et Dans mon sac, pour en nommer

quelques-unes) font partie d'un vaste réseau qui se renouvelle constamment pour s'adapter au besoin présent.

Nous notons aussi qu'il existe des contraintes économiques dans ce milieu. Ces dernières années, les organismes communautaires de la région de Montréal ont dénoncé des réductions de fonds (Texte collectif 2017). Ces baisses de fonds obligent certains services à user d'imagination pour subvenir à leurs besoins et conserver leurs services actifs (RIOCM 2014; Locas 2014), une contrainte qui, du point de vue du designer, peut devenir un levier d'innovation et de créativité. Ayant fait état des contraintes et des problématiques préexistantes lorsqu'il est question de santé sexuelle, nous désirons comprendre l'ampleur de la présence du design dans ce milieu.

2.2.2 La santé sexuelle dans les projets de design

Sujet complexe, les pratiques sexuelles ont déjà fait l'objet de nombreux projets de design. Pour avoir une meilleure idée de l'ampleur de l'engagement des designers dans ce sujet, nous avons observé les projets existants liés à cette thématique. Or, comme la santé sexuelle peut être décrite de plusieurs manières, il convient d'en établir une définition précise. Pour ce faire, nous nous appuyons sur la définition du World Health Organisation (2021) qui va comme suit [traduit de l'anglais] :

« [La santé sexuelle] est un état de bien-être physique, émotionnel, mental et social par rapport à la sexualité; ce n'est pas seulement l'absence de maladie, de dysfonctionnement ou d'infirmité. La santé sexuelle exige une approche positive et respectueuse de la sexualité et des relations sexuelles, ainsi que la possibilité d'avoir des expériences sexuelles agréables et sécuritaires, exemptes de coercition, de discrimination et de

violence. Pour que la santé sexuelle soit atteinte et maintenue, les droits sexuels de toutes les personnes doivent être respectés, protégés et réalisés. »¹⁰

Ainsi décrite, il est possible d'explorer et d'identifier plus aisément les projets de design présentant des interventions portant sur cette thématique.

Type de projets	Noms des projets	Qté
Détection ou prévention des ITS(s)	SH:24, Love Guide Condom, HIV USB stick, Smartphone accessory for HIV and Syphilis detection, Future flora kit, Pronto, « durex easy jet »	7
Par le condom	Colour-changing condoms, Hex condom, Grass fiber condom, One handed condom wrapper, New official NYC condom package, i.Con	6
Santé physique	kGoal Boost, Elvie	2
Plaisir sexuel	Wisp wearables, Wind-up sex toy, 21 Grams, Buck Off, Inme stackable sex toy, Smile Makers, Aloe, 8ième Ciel, Satyr sex toy, Fun factory berlin	10
Rédaction	Objects of desire, Kink and fetish	2
Expositions	Love design, For play, Mindfuck	3
Services	Burrell street sexual health centre, London youth centre, Sweetie	3

Tableau 1: Projets de design axés sur la sexualité dans les magazines *Designboom* et *Dezeen* (2019)

Dans son livre *Sex Design*, Max Rippon (2006) évoque des projets de design qui touchent une diversité de problématiques liant le design et la sexualité. Il y présente des outils de séduction, des objets à connotation sexuelle, des projets de dénonciation ou de revendication et des interventions préventives. Cet ouvrage permet de constater que l'une des beautés du métier de designer est de

¹⁰ « ...a state of physical, emotional, mental and social well-being in relation to sexuality; it is not merely the absence of disease, dysfunction or infirmity. Sexual health requires a positive and respectful approach to sexuality and sexual relationships, as well as the possibility of having pleasurable and safe sexual experiences, free of coercion, discrimination and violence. For sexual health to be attained and maintained, the sexual rights of all persons must be respected, protected and fulfilled. »

pouvoir s'aventurer à proposer des solutions à un éventail de problèmes, aussi surprenants qu'ils soient. Ces projets, de complexité variée, démontre que le designer n'a pas de limites s'il a accès aux bonnes ressources.

En 2019, une recherche dans les magazines numériques *Designboom* et *Dezeen* nous a permis de recenser 335 projets liés à la santé sexuelle en design. Pour ce faire, nous avons utilisé les mots clés suivants : *sexual health*, *sexual education*, *sexuality* et *sex*. De cet ensemble, nous identifions 33 projets pertinents portant spécifiquement sur la santé et le bien-être sexuel. Ils sont classifiés dans le Tableau 1, selon leur thématique centrale. Les projets identifiés touchent une multitude de secteurs en lien avec la sexualité, soit sept (7) touchant la détection des infections transmissibles sexuellement et par le sang (ITS(s)), six (6) portant sur les préservatifs masculins, deux (2) sur la santé physique, dix (10) sur le plaisir sexuel et trois (3) sur le développement de services. Nous prenons aussi connaissance de deux (2) projets de rédaction et trois (3) expositions traitant de projets de design axés sur la sexualité.

Bien sûr, au regard des 45 000 publications que comporte la seule plateforme *Designboom*, ces nombres semblent peu élevés. Or, ces plateformes offrent de nouvelles publications sur une base régulière et c'est plutôt la récurrence dans le temps des publications sur ce sujet qui est significative. Ainsi, les projets en lien avec la sexualité présentent un taux de récurrence de moins de 0,08 % (*Designboom* 2018). Ce tour d'horizon du contenu de deux magazines de projets en design permet certainement de valider que le design s'intéresse à la sexualité.

La santé sexuelle relève de problématiques sociales et morales auxquelles il n'existe pas de réponse ultime, mais bien des solutions en constante évolution, adaptées aux besoins des différentes populations et à chaque époque.

La nécessaire adaptation de ces solutions suppose l'existence d'enjeux de design propres au domaine de la santé sexuelle. Toutefois, l'intervention de designers dans ces domaines soulève de nombreuses questions éthiques et morales. Les designers ont-ils les compétences nécessaires pour

mener à bien de tels projets ? Leurs savoirs-faires, leurs outils, sont-ils imperméables aux polémiques que soulèvent la prise en charge publique des problèmes générés, notamment, par les pratiques sexuelles à risque. Nous nous questionnons aussi sur l'apport ou l'impact des croyances des designers et de leurs expériences personnelles dans le projet.

Notre objectif est donc d'explorer la réalité du designer impliqué dans ces projets présentant des contraintes morales par le biais d'analyses du discours. Le chapitre suivant offre un approfondissement des questionnements qui ont inspiré ce travail de recherche à la vue des connaissances acquises jusqu'à présent. Nous en profitons pour soulever des hypothèses quant aux résultats d'analyses obtenus à la suite de la collecte des données.

3. Cadre théorique et hypothèses

En 1984, Victor Papanek (1984, 67) exprimait dans son livre *Design for the real world* que le designer qui ne se penche pas sur des problématiques sociales est en retard sur son temps. La santé sexuelle représente sans conteste un sujet social complexe faisant parti des problématiques du design. Le design change et sait s'adapter aux besoins présents, mais aussi aux mœurs d'une société. Il révèle aussi un potentiel d'innovation transformatrice comme nous l'avons démontré précédemment.

Face à l'acuité des enjeux moraux associés aux problèmes de la santé sexuelle, comment le designer innove ? Pour répondre à cette question, nous devons nous appuyer sur des théories morales. Ce qui nous intéresse particulièrement dans le cadre de cette recherche est d'observer la morale à l'œuvre dans les raisonnements employés par les individus afin de justifier leurs propos, ainsi que la façon dont se fait le partage d'idées lors d'un travail à haute implication morale (Fortin 2010). Nous souhaitons aussi explorer le processus justificatif. Celui-ci permet d'indiquer comment une décision est prise, mais aussi quelles variables peuvent faire en sorte qu'elle soit acceptée ou rejetée par les autres partis impliqués dans un processus décisionnel.

Nous avons aussi besoin de comprendre le cadre social dans lequel les designers œuvrent et de suivre la dynamique d'idéation du projet. Pour ce faire, nous explorons dans le chapitre suivant les dynamiques de travail de groupe, ainsi que les études qui portent sur la morale et la justification. Les codes de conduite en design sont aussi décortiqués afin de comprendre leur valeur apportée et leurs lacunes. Finalement, le processus méthodologique du projet de design est étudié afin d'en souligner les phases importantes communes aux différentes pensées, en plus des points divergents. Ce processus permet de préciser la théorie qui encadre notre problématique de recherche et de développer un cadre d'analyse soutenu.

3.1 Morale et justification

Alors que les arguments posés jusqu'à présent incitent à croire que le designer possède les connaissances nécessaires pour s'intégrer aisément dans les projets dirigés vers la sexualité, les composantes morales que le sujet implique doivent être observées. Comme explicité précédemment, le designer est avant tout un être humain et selon Delsol (2014, 103-4), l'action humaine est libre. Il agit donc comme il le juge approprié (Ibid 2014, 103-4). C'est cette conscience individuelle qui permet de faire des choix, de décider que l'appareil des normes qui régit notre société ou notre milieu de vie n'est pas celui qui convient. C'est aussi elle qui nous permet de poser des actions afin que notre milieu réponde à nos valeurs propres (Ibid 2014, 107). Ainsi, selon François Terré cité par Lalande (2009, 114), cette conscience morale est cette « propriété qu'a l'esprit humain de porter des jugements normatifs spontanés et immédiats sur la valeur de certains actes individuels déterminés ». De fait, aux prises avec une problématique à la thématique polémique, le designer se heurte à son propre jugement. En ce sens, l'acte de design est l'engagement issu de la morale et des convictions du designer (Gauthier 2006). C'est la personne en ce qu'elle est qui s'investit dans le projet et sa façon de le faire sera influencée par sa vertu. Ces valeurs intrinsèques à l'individu sont importantes surtout dans un domaine qui, comme Philippe Gauthier (2006) avance, n'a pas de règles ni de codes communs pour guider les professionnels vers le bien. Ce n'est pas nécessairement mal, puisque la responsabilité du design va plus loin que l'accueil favorable d'un produit sur le marché des ventes. Le jugement moral et social du designer doit faire partie du projet avant même qu'il le commence, allant jusqu'à se demander si le projet en question mérite d'être entrepris : « *In other words, will his design be on the side of social good or not* » (Papanek 1984, 55).

Aux facteurs d'influences intrinsèques s'ajoutent des facteurs externes. Rappelons-nous que nous vivons dans une société au sein de laquelle plusieurs cultures se côtoient. Selon Chantal Deslsol (2014, 104), philosophe, « le propre d'une culture est d'engendrer des normes, des règles d'actions. Les normes guident les choix moraux des individus, et elles font la société, elles tissent

des actions qui font liens parce qu'obéissant aux mêmes critères ». Provenant de sources diverses, cette culture est aussi présente chez les personnes qui nous entourent. Comme le designer produit des projets pour des usagers, il se voit assujéti au jugement des professionnels qui l'entourent et de la société qui observe son travail. Conséquemment, il importe qu'il avance des arguments justificatifs logiques lors de son travail.

Ces situations de pressions morales existent parce que le design en exercice est soumis aux objectifs de son client ou de ses bénéficiaires, ce qui l'amène parfois à développer des projets qu'il ne cautionnerait probablement pas s'il n'avait pas d'obligations (budgétaires, professionnelles, etc.).

En s'inspirant de la théorie des grandeurs et des mondes de Boltanski et Thévenot, notre recherche propose d'étudier les ressources morales que le professionnel possède afin de faire face à des projets qui confrontent ses valeurs. De ce fait, nous suggérons la mise en place d'un cadre théorique qui permettra éventuellement de décortiquer les motivations du designer travaillant dans ce type de secteur et son processus de justification. Il est également important qu'ils permettent d'observer les défis qu'on peut rencontrer lors de son cheminement et les limites morales qui peuvent s'imposer à lui lors du développement de ses projets, soit par ses désirs propres, par la volonté du collectif (telle la société posant un regard sur lui) ou par celle des autres designers (Boltanski et Thévenot 1991, 144). Pour ce faire, le cadre théorique qui sert de socle où asseoir nos analyses futures est développé dans ce chapitre.

3.2 Codes de conduite - l'éthique et l'humain

Les aptitudes en lien avec l'éthique et les savoirs connexes nous intéressent, puisqu'ils touchent spécifiquement la moralité de l'être humain, un sujet central de cette recherche. En notre sens, l'acte de design suppose l'engagement des convictions intrinsèques au designer dans son travail (Gauthier 2006). En d'autres termes, la personne investit ses croyances, ses valeurs et ses jugements moraux dans son travail en posant des gestes qui, selon elle, seront considérés comme

bons par autrui, ou au moins légitimes. Autrement dit, sa façon de le faire sera influencée par sa vertu. La morale peut être vue comme un ensemble de codes normatifs, alors que l'éthique est la recherche de sens et de finalités à l'action (Lemoine 2014, 89).

Fortement basée sur les écrits d'Aristote, l'éthique de la vertu se concentre sur le caractère moral de l'agent, le tout en relation avec sa disposition à agir de manière vertueuse (Nadeau 2018c). Dans le but d'atteindre cette vertu, un individu doit être à la recherche de deux états, et ce tout au long de son existence : dans un premier temps la vie réussie¹¹ qui est une vie dans le bonheur, puis, dans un deuxième temps, le bonheur¹² qui s'obtient en vivant de façon vertueuse. Ces derniers sont dépendants l'un de l'autre, puisque pour accéder à la vie réussie, il faut d'abord atteindre le bonheur (Nadeau 2018a).

Cette même philosophie souligne l'importance de faire le bien autour de soi et d'essayer de s'améliorer à chaque instant selon un mode de vie vertueux, ce qui nous mènera vers une vie accomplie. Le don de soi est alors prescrit et l'égoïsme proscrit en toutes circonstances (Nadeau 2018b). Afin de guider l'agent dans cette recherche personnelle, Aristote soutient que les individus qui portent ces valeurs aspireront à suivre les pas d'une personne morale idéale. Cette dernière leur sert ainsi de modèle à observer afin de bien diriger leur vie (Aristote, s. d., 1-1-1094a).

Cette éthique met l'accent sur le caractère moral de l'agent et ses capacités à accomplir une action. Ce fonctionnement assure que les exigences morales proposées sont adaptées à celui qui leur fait face. Elle confère aussi une grande importance à l'intention derrière l'action de l'agent. Ainsi, si

¹¹Puisqu'agir moralement est la clé du bonheur selon Aristote, il y a dans cette théorie un lien très fort entre le bien, la vie réussie, le bonheur et les vertus. Il faut alors vivre en fonction des vertus afin d'atteindre le bonheur et accéder à la vie réussie.

¹²Le bonheur est la plus haute des vertus et chaque humain devrait tendre vers cela.

mon motif n'était pas particulièrement bon, mais a mené à un tout positif par pur hasard, sa valeur aux yeux de la vertu n'en sera donc pas plus élevée.

3.2.1 Revendication, moralité et design

Afin de guider les travailleurs dans leurs choix les plus difficiles, soit ceux touchant à leur moralité, plusieurs professions ont mis en place un code déontologique. Par exemple, les médecins et les infirmiers et infirmières au Canada doivent obligatoirement faire partie d'un ordre professionnel régi par des codes afin de pratiquer (Santé et services sociaux du Québec 2018). Ces derniers établissent des codes de conduite à respecter, assurant la sécurité du personnel médical tout autant que celui de la personne qui consulte le professionnel (Ordre des infirmières et infirmiers du Québec 2015; Ordre des médecins du Québec, s. d.; Gouvernement du Québec 2019). Afin de pratiquer leur métier, ces professionnels doivent prêter le serment de respecter ces codes.

Lorsqu'on en vient au professionnel du design, le suivi d'un code déontologique n'est pas une obligation. Or, nous réitérons que selon Papanek (1984, 55), la responsabilité du design va plus loin qu'un produit [puisque le] jugement moral et social fait partie du projet. Plus tôt, nous avons observé le Code de l'ADIQ qui établit les devoirs d'un designer et propose une liste de codes de conduite que doivent respecter toute personne qui adhère à l'association (2018). Nous avons aussi démontré que le designer reste un être moral, puisque tout humain vit selon un code instauré par la société, la culture et les traditions qui l'ont vu grandir (Serpell 1976).

Il arrive que des designers revendiquent des intérêts allant à l'encontre des valeurs courantes. Ces changements parfois drastiques et provoqués par des professionnels engagés sont couramment identifiés comme étant des mouvements. Ils sont une démonstration de l'évolution de notre pratique. Le fonctionnalisme, l'enseignement du Bauhaus, la culture pop, le néo-modernisme, et le modernisme sont quelques-uns des courants connus (Guidot 2004; Leymonerie 2016; Peltier

2013). Par exemple, dans les années 1971, le groupe Superstudio, qui fait partie du mouvement de design radical, déclare que :

« Si le design est plutôt une incitation à consommer, alors nous devons rejeter le design ; si l'architecture sert plutôt à codifier le modèle bourgeois de société et de propriété, alors nous devons rejeter l'architecture ; si l'architecture et l'urbanisme sont plutôt la formalisation des divisions sociales injustes actuelles, alors nous devons rejeter l'urbanisation et ses villes... jusqu'à ce que tout acte de design ait pour but de satisfaire les besoins primordiaux. D'ici là, le design doit disparaître. Nous pouvons vivre sans architecture. »¹³

Nous avançons que cette réaction des designers vis-à-vis de la culture de consommation de leur temps provient d'un désir de dénoncer une pratique qu'ils considèrent alors comme mauvaise. Ils ouvrent une brèche vers des enjeux importants tout en revendiquant ce qui est bien ou juste à leurs yeux. Cette récurrence des valeurs morales au sein de la pratique démontre que le professionnel a le pouvoir de créer une différence et d'appliquer ses convictions au projet. Le tout nous porte à nous questionner sur la manière dont les designers pèsent leurs choix lorsqu'ils le font. Nous considérons aussi que lors du processus décisionnel, il est important de « mesurer, mettre en balance les conséquences de nos choix en fonction des contextes et situations » (Lemoine 2014, 87-88), et que nous sommes l'unique responsable de nos actions, étant libres dans nos choix et gestes (Delsol 2014, 103). De cette liberté, nous accédons à une conscience individuelle qui permet de faire des choix. Ainsi, nous pouvons décider que l'appareil des normes qui régit notre

¹³Traduction de l'anglais par Cindy Hinant, « *Grids Next Door* », *Gnome*, vol. 1 Winter, no 1, 2012, p. 48 : « If design is merely an inducement to consume, then we must reject design; if architecture is merely the codifying of the bourgeois models of ownership and society, then we must reject architecture; if architecture and town planning [are] merely the formalization of present unjust social divisions, then we must reject town planning and its cities [...] until all design activities are aimed towards meeting primary needs. Until then, design must disappear. We can live without architecture. » (Elflin 2016, 56).

société ou notre milieu de vie n'est pas celui qui convient à nos valeurs personnelles et de poser des actions afin de le transformer selon ce qui nous paraît bon (Delsol 2014, 107).

En tant que designer, il nous arrive aussi de devoir porter des jugements « normatifs, spontanés et immédiats sur la valeur de certains actes individuels déterminés » (Laszlo-Fenouillet 1993) servant à déterminer la suite des actions à entreprendre pour le projet. De fait, nous supposons que ces décisions jumelées à la conscience morale et au libre choix seraient des états importants à travers lesquels le designer se promène lors de son travail.

3.3 De la justification

Le projet de design est souvent issu d'un besoin observé, qu'il soit technique (objet non fonctionnel, produit désuet) ou social. Lors de la phase de conceptualisation, on doit prendre des décisions. Que ces décisions soulèvent des enjeux moraux ou non, elles font l'objet de justifications auprès des membres d'un groupe de travail ou auprès d'un public plus large (Bucciarelli 1988). En se basant sur les écrits d'Aristote, Chantal Delsol explicite trois moments qui composent la décision, soit délibérer, décider et accomplir. Dans la délibération, la conscience connaît et juge. Dans la décision, elle tranche en choisissant ce qu'elle conserve et ce qu'elle écarte. Dans l'accomplissement, elle cherche à effectuer les actions qui mènent vers ce qu'elle considère comme bon ou encore ce qu'elle désire personnellement (2014, 103).

Afin de mieux comprendre les principes de la justification, nous avons fait appel aux écrits des sociologues français Luc Boltanski et Laurent Thévenot. Ces chercheurs ont publié plusieurs livres et articles dont *De la justification* (DLJ) qui est particulièrement pertinent au développement du cadre théorique de ce mémoire. Ce livre, écrit en 1991, offre une analyse des *preuves* qui peuvent être convoquées dans un discours justificatif au sein de contextes politiques, économiques et social donnés. C'est ce modèle qui constitue la base du cadre conceptuel de notre recherche. Nous cherchons à comprendre comment des espaces propices à la justification s'orchestrent afin de générer des accords grâce auxquels les projets peuvent se poursuivre. Spécifiquement, nous

nous interrogeons sur les méthodes employées par le designer qui cherche à justifier ses propos dans le contexte d'un travail axé sur la santé sexuelle.

Selon Boltanski et Thévenot, c'est grâce à la justification que les agents fondent leur critique, défendent leurs propos, explicitent leurs points de vue et collaborent dans le but de trouver des accords communs en réponse à des situations précises. De cette manière, l'agent peut tenter de valoriser ses propres idéaux aux yeux des autres, en les démontrant comme étant justes et bons pour tous. Comme l'évoquent Boltanski et Thévenot, l'acte de justification implique de passer outre la violence physique afin de se faire respecter et d'exprimer son propos. Notre humanité prévaut ainsi dans le processus qui soutient un positionnement logique. Le processus de justification permet de démontrer que ce que nous cherchons à atteindre ou à faire en tant qu'agent est ce qui est juste pour les collectifs, d'où le désir des auteurs d'établir le « principe d'une commune humanité » au sein duquel tout être humain peut naviguer. Il est alors question de « la relation entre ces états-personnes et ces états-choses, constitutifs [... d'] une situation » (Boltanski et Thévenot 1991, 11).

De même, il est intéressant de s'attarder à la particularité que Boltanski et Thévenot accordent au pouvoir de l'agent dans leur modèle. Ils proposent que l'agent, membre de la cité, détient un pouvoir éphémère qui se manifeste lors d'une situation précise ou d'un évènement précis. Ce pouvoir, auquel on réfère sous le terme de « la grandeur », est donc versatile dans son état et selon les philosophies de la morale, que les auteurs nomment les « cités », que nous choisissons de promulguer. Guillaume Bertrand (1996, 96) souligne qu'au sein de *De la justification*, les personnes sont classées selon trois principes¹⁴ : l'agent peut se classer selon un principe « [...] suivant [sa] « **grandeur** » ; un autre principe définit la « **formule d'investissement** » permettant de lier l'accès aux états supérieurs de la hiérarchie à un sacrifice ; le dernier principe précise le

¹⁴Publié dans un compte-rendu qu'il en fait, intitulé « Un nouveau courant dans la pensée sociologique française ». *À propos de la « sociologie de la critique »* (1996).

fondement de l'accord, en définissant le « **bien commun** » profitant à toute la cité ». Ainsi, le pouvoir habite une hiérarchie versatile et se meut au gré de situations de justification.

3.3.1 Les cités et les mondes de la justification

Afin de clairement définir les cités, les auteurs de *De la justification* se basent sur les cadres théoriques proposés par des chercheurs tels Michael Walzer¹⁵ ou encore John Rawls¹⁶. Au nombre de six, les cités, et les mondes empiriques auxquels ils correspondent, se définissent par des particularités propres à chacun. Les auteurs y réfèrent avec le terme « principe supérieur commun » (PSC). Ces dénominations particulières indiquent ce qui fait de ce principe un outil juste et bon lorsqu'il est correctement appliqué. Pour mieux les illustrer, ils sont présentés dans les passages suivants.

La cité domestique

Le PSC de la cité domestique se définit dans la **tradition**. De fait, pour Boltanski et Thévenot qui ancrent cette philosophie dans les écrits de Bossuet, la valeur de la cité se trouve dans la loyauté à son conjoint, à son parent, et ainsi de suite. Cette cité est basée sur le principe des traditions respectées et se perpétuant dans le temps. Elle peut aussi trouver sa valeur en faisant partie de la hiérarchie. L'agent est alors susceptible de perdre son autorité dans les milieux où l'individualisme règne.

La cité civique

La cité civique a comme PSC la **représentativité** que l'on trouve dans la collectivité. Afin d'accéder à cette dernière, la personne doit parler au nom d'une collectivité. Ses

¹⁵Michel Walzer est un philosophe et théoricien de la société ayant travaillé sur des domaines tels que l'éthique, la politique et la justice.

¹⁶John Rawls est un philosophe politique important qui aborde précisément les notions d'éthique et de justice.

désirs et ses besoins doivent alors prendre un rôle second afin de prioriser ce qui est bon pour le plus grand nombre, chose à laquelle le principe de l'utilitarisme de John Stuart Mills portait énormément d'importance. Boltansky et Thévenot prennent appui sur *Le contrat social* afin de développer des barèmes, probablement parce que celui-ci critiquait la pensée selon laquelle il faut viser exclusivement au bien-être des autres et ignorer le nôtre afin de bien vivre.

La cité industrielle

Dans la cité industrielle, le PSC se centre sur l'**efficacité**. *De la justification* se base sur des principes de Saint-Simon afin d'avancer que dans celle-ci, l'ordre de grandeur de la personne ou de l'objet se base sur la performance. Par exemple, est-ce que cette machine fonctionne bien ou moins bien? Peut-être est-elle parfaitement fonctionnelle, mais beaucoup moins performante que le nouveau modèle qui accomplit la même tâche deux fois plus vite. Ainsi, son efficacité la situerait sûrement en bas de la liste.

La cité de l'opinion

La **renommée** règne comme PSC dans la cité de l'opinion. Afin de poser le cadre de pensée qui la soutient, *De la justification* fait appel à la logique de Hobbes. Au sein de cette dernière, c'est l'opinion de la communauté envers un agent spécifique qui rend ce dernier important ou, au contraire, réduit sa valeur en tant que personne.

La cité inspirée

Le PSC de la cité inspirée se base sur la **créativité**. Il est identifiable dans les arts et la mythologie. Il se présente aussi fortement dans l'inspiration dans le contexte de compétences artistiques. Il comporte une particularité importante qui consiste en la recherche d'authenticité. L'agent doit voir le monde d'un point de vue unique.

La cité marchande

La cité marchande cible **l'intérêt et la convoitise** comme PSC. Ainsi, le désir des biens et de la possession est au cœur de cette cité. Elle trouve son soutien dans les écrits de Smith, mais aussi dans ceux de Hirschman qui observent qu'un monde dirigé par la convoitise de biens physiques est beaucoup plus facile à contrôler que celui qui est dirigé par l'honneur, le fanatisme religieux et le pouvoir. Par exemple, celui qui saura se procurer tous les produits *Apple* et des voitures de luxe accédera à la grandeur, car dans ce monde, posséder beaucoup d'objets et être riche est la clé. C'est l'accumulation qui compte.

Ensemble, ces cités proposent une multitude de possibilités de se justifier pour les personnes. Par exemple, nous présumons que le designer industriel trouve sa place dans la cité industrielle puisqu'il accorde beaucoup d'importance à l'efficacité et à la performance d'un processus, d'un objet ou d'une personne. Au contraire, nous imaginons que le designer social trouve son aise dans les cités civique et domestique, puisqu'il approche des problématiques spécifiques à une communauté et à ses besoins.

Le lien entre le design et les cités se présente aussi dans la recherche de reconnaissance. Les icônes célébrées par la pratique ont majoritairement su développer des projets convoités par les consommateurs. Les éditeurs comme Alessi mettent largement en œuvre ces principes en faisant affaire avec plusieurs designers de renommée tels que Karim Rashid, Aldo Rossi, Richard Sapper et Ettore Sottsass pour n'en nommer que certains.

Il est fort intéressant de s'attarder à ces cités qui, selon nous, sont primordiales dans l'acte de design. Nous trouvons pertinent de voir comment elles sont évoquées lors de projets sous fortes pressions morales et même de voir si les professionnels font appel spécifiquement aux cités de la renommée et industrielle. Comme dans tout projet, nous nous attendons aussi à des périodes de désaccord. L'observation générale du comportement des designers dans ces situations offre la

possibilité de valider nos hypothèses. Il s'agit alors de savoir si l'attachement des designers à la cité industrielle est aussi « naturel » qu'on pourrait le croire, et de comprendre quelles autres cités s'introduisent dans les discours.

3.3.2 Les axiomes

C'est justement en sachant que les désaccords sont chose commune entre les agents, qui peuvent convoquer des PSC particuliers et entrer en compétition pour la reconnaissance mutuelle de ce qui compte dans une cité, que Boltanski et Thévenot (1991) avancent que certaines règles doivent être observées en toutes circonstances. Ces dernières permettent d'assurer que le PSC est atteint par le biais des dispositifs qui conservent la dignité et le bien de tout agent. Le terme « axiomes » est employé afin de faire référence à ces règles générales, communes à toutes les cités et qui permettent d'observer un ordre lors de situations faisant appel à la justification. Dans *De la justification*, ils se présentent sous cinq normes. Le principe de la commune humanité constitue le premier axiome proposé par les économies de la grandeur. Celle-ci établit que l'humain ne peut pas être une chose ni un sous-humain.

L'axiome des deux états ordonnés décrète que chacun est différent, donc chaque personne possède son état propre. Cela permet à chaque agent de justifier ce qui lui est dû, selon son point de vue unique. Le troisième axiome souligne que le statut d'une personne n'est pas un état permanent et observe le principe d'égalité de dignité. Ainsi, il est commun pour l'agent de passer d'un état à un autre grâce à la justification. La formule d'investissement, quatrième axiome, rappelle qu'alors que l'agent s'investit à fond dans une cité afin de justifier ses actes, il est obligé de renoncer à la conquête d'une autre cité. Le cinquième axiome se focalise sur le bien commun. L'agent qui pose l'action la plus bénéfique pour le bien commun ou offrant la meilleure finalité pour la majorité possède l'intention la mieux justifiée.

Dans la critique de leur théorie, Thévenot et Boltanski insistent aussi sur l'importance de l'ouverture des mondes entre eux dans le but d'obtenir un ensemble. C'est justement parce que

les mondes permettent la présence de situations spécifiques et sont souples que nous arrivons à comprendre les difficultés ou les besoins des autres agents qui nous entourent. De fait, on peut s'accorder sur le PSC qui convient le mieux à la situation à laquelle nous nous heurtons au moment du désaccord ou de recherche du choix juste (Boltanski et Thévenot 1991, 266) grâce au partage d'opinions construites avec raison et éviter le recours à la violence.

Il est intéressant de comprendre dans quel monde se concrétisent les arguments d'un designer lors d'un travail de design sous forte implication morale. Par le biais de discours, nous pouvons établir quels mondes sont les plus présents lors du projet. Nous pouvons aussi établir une corrélation entre les différents moments du processus de design et certains mondes.

3.3.3 Le design, la sexualité et les mondes

Lors de projets, les designers sont généralement appelés à travailler en groupe ou pour un client, que nous soyons aux études ou sur le marché du travail. Cette réalité engendre des moments d'objection ou de conviction. Dans un contexte comme celui de notre étude, il se peut que les axiomes s'annoncent de manière imprévisible lorsque les équipiers tentent de justifier leur point de vue aux yeux des autres personnes faisant partie du groupe, puisque nos données sont collectées par le biais d'un projet collectif. Nous tentons donc d'observer la manifestation de cités et l'établissement de mondes propres au discours du designer.

Pour décrypter un discours justificatif, on doit prendre en compte des facteurs importants. En premier lieu, Van Bockstaele et Schein (1971, 18) indiquent que les idées exposées doivent suivre un ordre logique, ce qui permet un bon déroulement du projet. Dans un second, les personnes concernées doivent interagir avec le groupe, car sans discours, la justification ne peut avoir lieu. Toutefois, il n'est pas obligatoire qu'un accord parfait entre les participants s'en suive.

3.4 Les rapports interpersonnels dans les équipes de designers

Selon une étude sur le travail d'un groupe d'étudiants par Mithra Zahedi et Al. (2017), le travail en groupe permet un « apprentissage enrichi : ils comprennent mieux la complexité du projet de conception, ils se mettent au défi, ils apprennent à expliquer leurs idées et affiner leurs arguments pour les défendre, ils développent leurs compétences de pensée critique, et ils coconstruisent une nouvelle compréhension du projet ». Selon nous, cette vision peut aussi bien s'appliquer à des projets entre professionnels, car lors des discussions de groupes, chaque agent avance un point de vue unique issu de son vécu. Ces situations peuvent donner lieu à la négociation, particulièrement si le designer travaille avec d'autres professionnels (Bucciarelli 1988).

3.4.1 La négociation au sein d'équipes de projets de design

Ces relations sociales peuvent être complexes, mais elles offrent aussi un cadre au contexte social de tous projets (Peyré 2000). Comme l'énoncent Van Bockstaele et Schein (1971) dans leur étude intitulée *Limites des négociations et négociation des limites* lors d'une conversation concernant des projets sociaux, différentes catégories d'acteurs cohabitent.

Cette étude porte sur un cas de design et comme tout projet de cette profession, il peut impliquer plusieurs acteurs dits experts. Par exemple, le client peut être considéré comme l'expert de son domaine spécifique. Lorsqu'il fait affaire avec le designer, il expose une idée et recherche un service précis auprès du designer qui est à son tour négociateur et innovateur. Il est expert dans sa propre profession, sachant anticiper les besoins futurs de son client. Il doit aussi faire preuve de diplomatie devant des conflits et mettre en valeur ses capacités artistiques. Le tout se fait en s'assurant que son client est satisfait du travail accompli et que les attentes établies en début de projet sont atteintes.

Le designer côtoyant d'autres individus tout au long du projet, il faut aussi considérer que certaines conversations donneront lieu à la négociation, que les participants en soient conscients

ou non. À ce moment, ce sont les compétences des personnes négociant le projet qui leur permettront d'assumer un rôle spécifique dans le discours et de soutenir un argument. Issue du terme latin *competens*, la notion d'expertise réfère à une connaissance approfondie d'un sujet, ce qui nous permet de le juger, d'en exprimer les enjeux et d'en débattre, car « chaque protagoniste [d'un projet], dont les frontières sont difficiles à tracer, poursuit des fins et effectue des tâches qui définissent son projet propre » (Van Bockstaele et Schein 1971, 14).

De son côté, Bucciarelli (1994) avance que chaque partie prenante d'un projet développe sa propre série de concepts, de représentations mentales et de graphiques (dessin, sketch, modèles, 3D...) lorsqu'il s'affaire au développement d'un produit. Ainsi, chaque personne résout le problème à sa manière. Bucciarelli observe aussi que les interactions entre les membres d'une équipe de conception permettent de faire le pont vers une interprétation commune du travail en cours (Ibid 1994).

Ces pourparlers entre individus peuvent influencer l'importance de l'opinion des intervenants d'un projet. La négociabilité du sujet peut aussi y avoir un impact, s'effectuant « par un dosage approprié de contacts et de pourparlers, c'est-à-dire d'opérations qualifiées de conformes à la règle du jeu, et de faits accomplis » (Van Bockstaele et Schein 1971, 5). Par exemple, dans le travail de design, les membres d'une équipe doivent s'assurer de l'avancement du projet en s'accordant sur les actions à entreprendre. Il en est ainsi puisque lors de la phase d'idéation du projet, le designer s'engage dans un processus de discussion réflexive au cours duquel le problème à résoudre pourrait être redéfini à maintes reprises (Dorta 2008, 303). Ce cheminement est constitué de discours, qu'ils soient internes (lorsque le designer travaille seul) ou agrémentés d'échanges de points de vue lors d'un travail effectué en groupe. C'est lors de ces aller-retour dans les discours que des révisions ont lieu et que le projet s'assume (Schön 1983), puisque ces processus conversationnels cherchent ultimement à régler des problèmes lorsqu'il est question d'enjeux techniques ou à proposer des solutions dans le cas d'enjeux sociaux (Van Bockstaele et Schein 1971). Cependant, ce n'est pas parce qu'un groupe a une pratique unitaire que nous

pouvons présumer qu'elle est plus cohérente que celle d'équipes qui font face à davantage de contradictions.

La négociation n'est pas nécessairement soulignée par des réactions extrêmes ; elle peut se faire dans le respect. Elle peut aussi être subtile. Par exemple, lors de la recherche d'une problématique dans un projet de design, chaque participant peut ajouter son grain de sel à la conversation afin de construire un cadre de travail qui lui semble adéquat. Le but de ces démarches étant de bien répondre à un besoin, « il faut mobiliser et organiser ses ressources de telle sorte que soient obtenus les résultats escomptés » (Van Bockstaele et Schein 1971, 9). De plus, Bockstaele (1971, 15) avance que :

« le degré de reconnaissance des projets d'action est fonction des jugements portés par les acteurs, les uns sur les autres, eu égard à : la réalité de l'existence du projet et la représentativité des porteurs, l'autonomie de jugement des porteurs, la rationalité de leur action et de leur analyse de la situation, la solidarité de ceux qui portent ou peuvent porter le projet, la capacité mobilisatrice des forces de contestation ou de répression sociales, la capacité inductrice de représentations imaginaires de la société ou d'utopies sociales ».

Cette façon de voir la situation de discussion et de débat renvoie justement aux cités de Boltanski et Thévenot. Selon ce modèle, une personne qui avance un point de vue concordant avec les valeurs de la majorité a plus de chances de recevoir le soutien des autres acteurs présents afin d'imposer un « monde », c'est-à-dire une qualification particulière de la situation commune.

3.4.2 L'influence du projet de design

Selon le principe de récursivité organisationnelle d'Edgar Morin (2005, 44-99), l'expert projette nécessairement « une partie de lui-même et de son propre savoir-faire social dans l'habilitation de la connaissance de l'objet social qu'il appréhende ». Sa vision, sa pensée et ses préférences influencent alors le consommateur à un certain degré, que l'acte soit volontaire ou non. Qui plus

est, le design est une profession où le résultat final « [est nécessaire] à la production du processus lui-même. C'est une dynamique auto-productive et auto-organisationnelle » (Ibid 2005, 44).

3.5 Pertinence de la recherche

À la vue de ces informations, nous établissons que le design sous forte implication morale est un processus collaboratif et social (Zahedi et Heaton 2017; Bucciarelli 1988; Schön 1983), qu'il est pertinent de mieux comprendre, puisqu'il donne lieu à de multiples discours. Ce cadre théorique permet d'identifier et de comprendre quel est l'outillage justificatif dont tout agent peut disposer pour faire valoir un point de vue. C'est cet outillage qui est convoqué dans les situations présentant des enjeux sur les plans de la morale et des valeurs qui peuvent varier d'une personne à une autre et dans un contexte donné. En lien avec ces connaissances, nous souhaitons offrir une meilleure compréhension des actions posées par un designer aux prises avec une thématique délicate. De fait, nous nous penchons sur l'articulation de leur discours lors d'un travail axé sur des problématiques issues d'enjeux liés à la santé sexuelle. Plus spécifiquement, les observations sont faites sur des designers en situation de haute implication morale imposée par les mises en situation proposées lors d'un atelier servant à la collecte de données. À cet effet, les mondes justificatifs nous permettent de bâtir un cadre analytique afin d'éclairer l'articulation des discours des designers dans de telles circonstances.

Pour cette recherche, la morale appuyant le geste et la justification soutenant le propos du designer lors d'un projet à forte implication morale sont de puissants indicateurs de son mode de fonctionnement moral. Dans tout type de projet, des défis moraux se posent. Selon nous, ils peuvent porter vers des dilemmes internes, provenant du designer, de ses préférences, de ses croyances et de ses connaissances. Ces dilemmes peuvent l'inciter à faire des choix qui ne sont pas en faveur d'autrui afin que le projet entre dans ses valeurs propres. Ces mêmes dilemmes peuvent donc se présenter entre les membres d'un groupe de travail. Il est alors important de

s'attarder sur le pourquoi de l'acte afin de nous assurer qu'il soit le bon, qu'il soit requis pour bien répondre à la problématique.

Pour ce faire, nous faisons appel aux mondes de *De la justification*, qui serviront de guide dans notre analyse de l'acte de design en présence de dilemmes moraux. Conséquemment, nous nous attendons à ce que la cité industrielle ait une présence préminente dans les projets étudiés, puisque la fonction est importante en design. Il est cependant pertinent de mettre cette hypothèse à l'épreuve et d'observer s'il existe une corrélation entre les phases du projet de design et la présence de certains mondes. Nous pourrions alors nous demander si le contexte industriel requiert un mode de pensée allant au-delà du discours justificatif axé sur la productivité et l'efficacité dans ses démarches de conception. Soit, un investissement de l'agent dans plusieurs cités lui permettant de trouver le juste équilibre en le caractère « stratégique » de la « résolution de problèmes » présente en design et fortement soulignée par la *World Design Organisation* (2019), et les besoins complexes de problématiques sociales. La méthodologie mise en place afin de valider ces hypothèses est présentée dans le prochain chapitre.

4. Stratégie et méthodologie

Cette recherche n'envisage pas de comprendre comment s'effectue le travail collaboratif, une thématique bien étudiée par d'autres chercheurs (Zahedi, Tessier, et Hawey 2017; Safin et al. 2019; Zahedi et Heaton 2017; Slimani et al. 2006) ou même la méthodologie encadrant le travail design sur laquelle se centrent de nombreux travaux de recherches à cet égard (Powell 1986; Curry 2014; Bürdek 2015).

En effet, les enjeux observés précédemment nous incitent à examiner la question du design sous contrainte morale et l'approche justificative employée par le designer lors de ces projets. Cela demande notamment de s'intéresser à leurs discours lors d'un projet de design pouvant éventuellement présenter ces enjeux.

Comme nous l'avons démontré, le design est un acte social ayant un impact sur l'humain. C'est aussi un processus qui demande au professionnel de s'adapter « aux réalités qui caractérisent un monde composé de personnes singulières » (Proulx 2015, 83). Ainsi, le projet de design sous la thématique de la santé sexuelle offre certainement des informations pertinentes à cette étude exploratoire qui observe la manière d'appréhender ce champ de problématique.

Pour contribuer à ce questionnement, nous avons organisé une journée de design sous cette thématique permettant de recueillir les données d'observations nécessaires à la recherche. Ainsi, ce chapitre se consacre à l'élaboration de la posture méthodologique appliquée à la collecte et à l'analyse des données.

4.1 Méthode de collecte des données

Notre enquête s'appuie principalement des données recueillies lors d'une activité de design collaborative, soit une charrette¹⁷, accueillant des étudiants en design industriel (n=4), des professionnelles (n=2) du même domaine, un architecte, une étudiante en urbanisme, une étudiante en gestion de projet et une personne travaillant en médias interactifs et scénarisation pour un nombre total de 11 participants (n=11). Cette activité a eu comme objectif la production de données nécessaires à notre exploration du design en présence de la morale. Nous avons également pu bénéficier de différents témoignages exprimés lors de la phase de recrutement des participants à cette charrette.

4.1.1 Étude qualitative – Charrette

La charrette est le cœur de la recherche. Elle consiste en une activité d'idéation collective que nous avons, dans ce cas-ci, axée sur des enjeux sociaux et proposée à des professionnels et des étudiants inscrits à un programme de formation en design. Les participants étaient invités à concevoir de façon collaborative des interventions de design apportant des réponses à l'une ou l'autre des problématiques que nous leur avons présentées et qui concernaient toutes des enjeux sanitaires liés aux pratiques sexuelles.

Ce type d'activité permet de générer une variété d'informations intéressantes sans pour autant accaparer le temps des participants. De plus, elle permet aux données d'émerger des discours entre participants, sans qu'il y ait besoin d'interventions constantes de notre part. Le matériel de travail

¹⁷ La charrette est un exercice d'idéation intensif visant le développement d'un projet répondant à une *problématique* ou des critères précis. Lors de cette dernière, l'activité créative est orchestrée dans un temps limité. Elle est souvent utilisée lors de concours.

fourni aux participants en début d'atelier, soit un tableau de personas et des descriptions de situations, a servi de support pour la tâche de conception et a été développé en amont de l'activité. Grâce à cette charrette, nous avons pu collecter des données d'observation portant sur le discours des personnes présentes.

L'activité s'est déroulée sur une journée entière, de 9 h à 17 h. Ce choix est fait afin de réduire les déplacements nécessaires de la part des participants et d'avoir un taux de présence plus élevée à l'évènement.

La participation à cette activité s'est faite sur une base volontaire et notre but est de mettre les participants en situation de design sous forte implication morale. À des fins de recrutement des participants, des affiches promotionnelles (annexe I) ont été partagées sur les réseaux sociaux au sein de groupes qui rassemblent des designers. Le même support visuel a été placardé dans trois universités : de l'Université de Montréal, de l'Université du Québec à Montréal et à la Faculté de design de l'Université Concordia.

Pour que ce processus nous offre des données de qualité, il est important que des professionnels du design y participent. Ainsi, nous avons fait appel à divers canaux de communication qui permettent d'interpeller un grand nombre de participants potentiels. À cet effet, nous avons exploité plusieurs espaces de publication physiques et virtuels. L'évènement a été partagé sur la plateforme de réseau social *Facebook* qui permet de publier des évènements ouverts au public. Elle a ensuite été envoyée à divers groupes présents sur la plateforme afin qu'ils en fassent la promotion auprès de leurs membres. Nous avons aussi apposé des affiches promotionnelles sur les murs de trois universités mentionnées antérieurement.

Cette stratégie de recrutement nous a permis d'accueillir des professionnels du design de toutes disciplines confondues (industriel, social, expérience, architecture, intérieur, etc.). Selon Eckert et al. (2010), lorsque portés à se rassembler, ces professionnels de divers secteurs s'entendraient pour dire qu'ils sont tous designers.

Afin d'offrir un certain encadrement aux équipes, nous avons également fait appel à quelques animateurs, étudiants des cycles supérieurs en design, issus directement de notre réseau professionnel. Ces observateurs ont eu pour tâche de prendre en charge l'enregistrement audio des discussions et de répondre aux questions des participants. Il est à noter que ces animateurs n'ont pas participé activement à l'activité de design (Gaspard Claude 2019).

4.1.2 Méthode de collecte des données

Les méthodes déployées pour cette collecte de données reposent en partie sur le livre *Fondement et étapes du processus de recherche : Méthodes quantitatives et qualitatives*. De fait, notre recherche s'appuie sur un recueil de données multiples qui sont, pour certaines, quantitatives, mais majoritairement qualitatives. En effet, en plus des discours recueillis lors de la charrette, certaines informations ont pu être collectées lors du recrutement des sujets. Nous avons ainsi pu obtenir un bon aperçu des défis moraux que présente un processus de design axé sur la santé sexuelle et ses enjeux sociaux connexes. De fait, « l'approche méthodologique de l'étude reflète un cadre social constructiviste pour la pratique de conception pédagogique, qui est une interaction sociale et la construction de sens à travers la conversation. »¹⁸ (Campbell, Schwier, et Kenny 2005, 248)

¹⁸Version originale anglaise : Narrative inquiry and the storying of experience are socially and contextually situated interpretive practices, starting from the personal as “personal knowledge has a practical function, not in a technical sense, or as an instrument for previously determined outcomes, but... as a source for deliberation, intuitive decisions, daily action and moral wisdom” (Conle, 2000, p. 51). Narrative inquiry is transformative, because in defining how to become engaged as students of our own practice, the practice itself is examined and understood. In this way, thinking about and telling stories of practice requires a critical, reflective engagement leading to changed or transformed practice. Thus the methodological approach for the study mirrors a social constructivist framework for instructional design practice, which is one of social interaction and construction of meaning through conversation. (P.248)

Les principales données utiles à la recherche ont été collectées par l'observation du travail collaboratif entre les participants à la charrette (Brassac et Gregori 2003) et de leur effort de conception de produits (Grégori 1999).

Spécifiquement, les données recherchées sont celles présentant des indicateurs moraux et de justification dans le travail effectué par les groupes. Pour ce faire, les interactions entre les coéquipiers sont observées et enregistrées. Ces données sont basées sur les moments d'hésitation, de malaises, les contrastes entre les idées explicitées dans le groupe, les sentiments exprimés par les participants et, surtout, les justifications employées par chacun afin de soutenir les idées qu'ils avancent. Pour ce faire, les groupes sont mis en situation de projet axé sur la santé et les pratiques sexuelles.

4.2 La charrette : journal de bord

La collecte des données a débuté à 9 h le 28 avril (tableau 2). Dès leur arrivée, les participants ont assisté à la présentation de la charrette au cours de laquelle la problématique de design abordée lors de cette journée, soit la santé sexuelle, a été présentée plus en détail. Nous leur avons expliqué aussi le cadre de recherche dans lequel cette activité s'insèrait. C'est à cette étape que la procédure de collecte de données employée a été présentée, puis que leur consentement à participer à l'étude a été recueilli. Sachant que les participants pouvaient s'inscrire en équipe, les groupes n'avaient pas tous le même nombre de participants. Les profils divergèrent aussi. Les participants s'étant inscrits individuellement ont permis la formation d'un quatrième groupe (tableau 3).

Déroulement de l'activité de charrette

9h	Accueil des participants et présentation du déroulement de la journée.
9h30	Assignment des tables de travail pour les équipes et dévoilement du tableau des personas et des situations.
9h45	Période de travail (choix d'un persona et d'une situation, phase d'idéation).
12h	Pause repas
13h	Reprise des activités
14h	Annonce de la contrainte surprise
14h15	Période de travail (les équipes ayant accepté la contrainte surprise peuvent reconsidérer leur projet et l'adapter au besoin).
16h	Présentation des projets entre équipes.

Tableau 2 : Horaire de l'activité de charrette

L'outil de travail principal proposé aux quatre équipes est le tableau des *Personas et Situation* (tableau 4) dont un exemplaire est déposé sur chaque table de travail¹⁹. Les personas consistent en des personnages fictifs souvent employés dans le milieu du design (Pruitt et Grudin 2003) et servant de guides qui permettent de mieux comprendre le besoin d'un futur groupe d'utilisateurs. Il est recommandé de créer des personas dont la description est complète au sens où elle offre un aperçu de son passé, son futur, ses valeurs, son entourage et ainsi de suite, pouvant encourager l'engagement du designer dans le projet (Ibid 2003). Une autre possibilité est de développer le

¹⁹ Le tableau a été déconstruit dans ce document, puisque le format ne convenait pas à celui de ce mémoire. Nous avons priorisé sa bonne lisibilité.

persona afin de décrire ce qu'il souhaite accomplir et ainsi permettre au designer de mieux saisir les produits qui doivent être développés, selon ces besoins spécifiques (John S. Pruitt et Tamara Adlin 2006; Steve Mulder et Ziv Yarr 2007; Pruitt et Grudin 2003; Tamara Adlin et John Pruitt 2010). Ultiment, nous avons souhaité offrir aux participants la possibilité de comprendre le sens que les individus proposés dans le tableau donnent à leur réalité et à leur expérience vécue (Webber 1995). Cette portion de l'activité est importante puisqu'elle constitue la première confrontation des participants de la charrette avec les problématiques pouvant être abordées pour leur projet.

Le premier mandat donné aux participants de la charrette est de s'entendre, en équipe, sur la situation et le persona à conserver dans l'optique de construire leur problématique de design. En tout, six personas et huit situations s'offrent à eux. Cette démarche permet de collecter des données sur les discours autour des différents cas proposés. Bien que pouvant être perçue comme une tâche complexe, cette étape nous permet déjà de recueillir des informations sur les idées préétablies des participants envers la sexualité.

Après avoir observé les thématiques offertes pour la construction d'une problématique, les équipes sont invitées à sélectionner une situation et un persona, un jumelage qui fait émerger un mandat pour leur projet. La phase d'idéation peut ensuite démarrer.

Catégorisation des participants selon leur sexe, leur domaine d'étude et leur statut professionnel

Participant/sexe	Profil
Équipe de la petite fleur	
P01 – femme	Médias interactifs et scénarisation, active sur le marché du travail
P02 – femme	Designer industriel de formation, active sur le marché du travail
Équipe étui à condom	
P03 – femme	Étudiante en design industriel
P04 – femme	Étudiante en design industriel
P05 – homme	Étudiant en design industriel
P06 – homme	Étudiant en design industriel
Équipe architecturale	
P07 – femme	Étudiante en architecture
P08 – homme	Architecte, actif sur le marché du travail
Équipe éducative	
P09 – femme	Étudiante en urbanisme
P10 – femme	Formation en design industriel, étudiante en environnement
P11 – femme	Étudiante en gestion de projets

Tableau 3 : Liste des participants, classés par équipe de travail

À mi-parcours dans la journée, nous intervenons afin de proposer aux équipes d'intégrer une nouvelle contrainte aux projets qu'ils ont commencé à développer. Ce faisant, nous souhaitons évoquer le projet réel dans lequel de nouveaux enjeux peuvent être soulevés à tout moment, particulièrement lorsqu'il est question de problématiques sociales. Nous avons volontairement omis cette contrainte de l'ordre du jour présenté plus tôt, son but étant de surprendre et de déstabiliser les groupes. Afin d'attribuer une contrainte pouvant s'intégrer à la problématique déjà définie par les groupes, nous consultons préalablement les animateurs présents auprès des équipes. Étant assis aux tables, ils comprennent le travail accompli par les équipes et peuvent nous aider dans cette décision. Cette démarche permet aussi de *mettre au défi* les projets en cours de développement et de stimuler l'imagination des participants.

Nous approchons les équipes une à une afin de proposer l'addition d'un second persona ou d'une seconde situation à leur projet de design (figure 1, 2, 3, 4). Il est important d'être conscient que les équipes ne sont pas obligées d'accepter cette nouvelle contrainte qui leur est présentée.

L'arrivée de cette contrainte inattendue est une invitation faites aux équipes à voir d'un nouvel œil le sujet et le projet avec lequel ils travaillent. Cette démarche offre aussi la possibilité de voir leur projet avec de nouvelles lunettes et d'innover dans la solution qu'ils développent. L'annonce se fait de manière ludique. Nous cherchons à conserver l'aspect sérieux de la charrette, tout en stimulant le désir des participants de considérer notre offre. La contrainte est donc proposée à la manière d'une offre de financement provenant d'un organisme à but non lucratif fictif qui permet aux équipes de se mettre en contexte. L'annonce va comme suit :

« Un OBNL a entendu parler de votre travail et elle le trouve d'une pertinence inestimable. Pour cette raison, elle aimerait vous offrir un financement. Or, cet OBNL [fictif] a sa propre mission à accomplir et bien qu'il aimerait travailler avec vous, il ne peut pas en déroger complètement. Vous devrez accepter d'adapter votre projet à une nouvelle contrainte si vous acceptez ce partenariat. »

À la suite de l'annonce, les équipes doivent décider de collaborer avec l'OBNL si elles souhaitent recevoir le financement. Le cas échéant, elles doivent aussi accepter les contraintes supplémentaires. Cette démarche, bien que ludique, reflète aussi la réalité du projet de design qui se construit généralement sur une multiplicité de critères à respecter et de contraintes provenant de sources diverses (Geurrero 2018) et au cours duquel de nouveaux enjeux peuvent se présenter (Sudin, Ahmed-Kristensen, et Andreasen 2010).

Personas :

- À 17 ans, elle a été diagnostiquée séropositive (VIH). Cette nouvelle lui est tombée dessus il y a quelques mois et elle le vit très mal. Or, étant une grande fêtarde, elle continue à sortir autant qu'avant.
- Ce n'est pas tous les jours qu'on décide de se remettre sur le marché lorsqu'on a 76 ans. C'est pourtant le cas de ce vigoureux veuf. Ce n'est pas parce qu'on est vieux qu'on doit s'interdire de vivre une sexualité épanouie et d'être amoureux.
- Il est père d'une adolescente au caractère explosif qui le confronte beaucoup et d'un jeune adolescent extrêmement timide qui découvre son penchant pour les hommes. Il souhaite bien aborder la sexualité et toutes ses ambiguïtés sans se mettre les pieds dans les plats.
- Pour un homme divorcé et âgé d'une cinquantaine d'années, le retour sur le marché des célibataires peut être brusque... Mais c'est ce que les autres gars te poussent à faire qui est le plus lourd. On s'attend vraiment à ce que tu séduises une jolie jeune femme lors de sorties dans des bars ou de voyages dans des tout inclus.
- Lorsqu'on est finalement femme à la suite d'une longue transition, on peut préférer garder pour soi son passé de transsexuelle. Or, c'est parfois difficile lorsqu'on vit dans un nouveau corps en se posant les mêmes questions qu'une adolescente, alors qu'on a 37 ans.
- Noémia commence à découvrir son corps du haut de ses quatre ans. Entre autres, elle ressent un certain plaisir lorsqu'elle fait de la bicyclette ou joue avec ses jouets dans le bain. Dernièrement, on lui a montré qu'il y a des choses acceptables et d'autres mauvaises.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1								
2								
3								
4								
5								
6								

← Situations

↑ Personas

Situations :

- Je convoite des partenaires multiples avec qui vivre des rapports sexuels divers. J'aime explorer une sexualité ouverte et de plus en plus je repousse mes limites. À cet égard, des circonstances ont mené à une soirée de débauche (orgie) il n'y a pas si longtemps. J'ai *trippé!*
- Je crois connaître les bases d'une sexualité *safe* alors je pense que je ne prends pas trop de risques. Je fais attention quand je n'utilise pas de condom, sauf par moment quand je bois beaucoup ou que je prends des substances (ectasie, weed, ...) Je devrais être okay!
- La personne avec qui j'étais disait non au début, mais après un verre de vin et un peu d'insistance elle a fini par changer d'idée et me laisser faire. Je ne vois rien de mal là-dedans, on a eu du plaisir! Mais je ne comprends pas, elle n'a pas voulu me laisser son numéro de téléphone.
- Je me rends régulièrement à cet endroit qui commence vraiment à me stresser. Je n'en dors plus la nuit. Ma collègue me regarde beaucoup et j'en ressens la pression. L'autre jour, j'ai même figé lorsqu'elle a mis sa main sur ma cuisse. Je ne sais plus comment réagir et je ne sais pas à qui parler. J'ai l'impression d'être coupable de quelque-chose.
- Ce n'est pas si mal, j'ai beaucoup de protection de mon *pimp* et parfois il m'achète des cadeaux. En échange, je lui remets une partie de mon argent et je sais que mes clients ne peuvent me faire mal. Avant d'aller à l'hôtel, je lui téléphone pour l'avertir et dès que c'est fini, je le rappelle pour qu'il vienne me chercher. C'est une meilleure vie qu'avant et c'est vrai que je fais plus d'argent que dans un *fast food*.
- Pas de sexe, ni de touché. J'entrevois ces personnes nues dans leur salle de bain ou dans leur chambre, par une fenêtre entrouverte ou un rideau mal fermé, et je glisse une main dans mon pantalon. C'est un plaisir délectable et je l'adore. Parfois, je ressens des frissons lorsque j'arrive à entrevoir un sexe dans la salle de toilette en regardant subtilement.
- Parfois, je ressens de fortes envies sexuelles lorsque je suis dans ma chambre, mais je sais que c'est mal. On me l'a souvent répété, la masturbation est une mauvaise chose et ne devrait pas se faire. Il ne faut pas se toucher à des endroits où l'on ressent des sensations étranges. L'autre jour, j'ai tout de même succombé et j'ai l'impression que tout le monde autour de moi s'en doute.
- On m'a toujours dit que le sexe est réservé aux personnes mariées et que la religion et le sexe ne vont pas ensemble. L'homme et la femme gardent leur virginité jusqu'au mariage. Parfois, j'ai l'impression de devoir choisir entre ma religion et la sexualité. Je m'intéresse beaucoup au sexe. J'ai envie d'en apprendre plus, mais je ne peux pas.

Tableau 4 : Outil de travail présentant les personas et les situations servant à la création d'une problématique de travail pour les équipes

4.3 Charrette : le parcours d'idéation des équipes

Lors de cette charrette, chaque groupe a eu la possibilité de construire sa problématique en se basant sur le tableau présentant des personas et des situations (tableau 4) mentionné précédemment. Dans le passage suivant, nous présentons le persona et la situation choisies par chacune des quatre équipes. Nous présentons aussi la contrainte surprise proposée à mi-parcours à chacune des équipes et les concepts qui ont été présentés à l'issue de cette journée d'idéation.

4.3.1 Groupe Éducatif

Lors de leur recherche d'une problématique, les membres de ce groupe se sont arrêtés sur le persona de la fillette de quatre ans qui est en pleine découverte de son corps et des sensations qu'il peut lui procurer. Afin de compléter le scénario, l'équipe a sélectionné la mise en situation parlant de la masturbation et des enjeux du bien et du mal relatifs à cette pratique sexuelle (figure 1). C'est en observant que le projet avait un fort penchant pour la sensibilisation et le partage de connaissances que nous surnomons cette équipe le « groupe éducatif ».

La contrainte proposée au groupe à la mi-journée est l'intégration d'un nouveau persona dans le projet, soit le grand-père veuf souhaitant fréquenter des femmes à nouveau. Bien que la grande différence d'âge entre les deux personas peut choquer, il existe une problématique commune à ces deux groupes d'âge soit l'inconfort que génère les demandes d'aide et de conseils en matière de sexualité. La sexualité chez l'enfant aussi bien que chez la personne vieillissante peut être considérée comme taboue (Mazaurette 2017). En ce qui concerne les enfants, il n'y a qu'à écrire « sexualité » et « enfant » sur un moteur de recherche afin de trouver de multiples articles qui discutent du développement psychosexuel des enfants (CHU Sainte-Justine 2018). Une revue de littérature employant les mêmes termes « sexualité », « enfant » et « aborder » permet d'identifier plusieurs articles discutant du bon moment pour aborder ce sujet et la manière de s'y prendre, puisque parler de sexualité avec l'enfant peut être difficile pour les parents (Naître et grandir 2019).

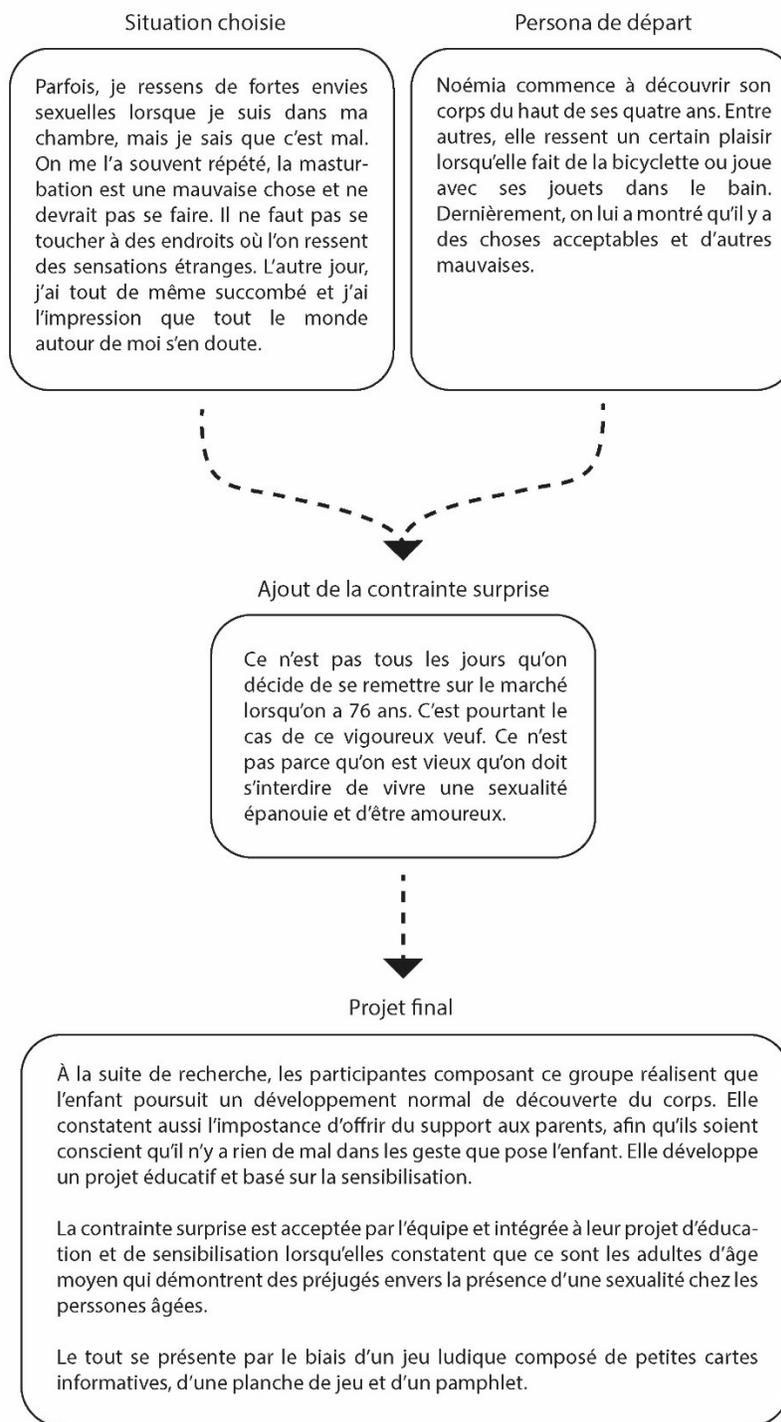


Figure 1 : parcours d'idéation du groupe Éducatif

Les participantes du groupe éducatif ont construit leur problématique grâce à des constats portant sur la sensibilité d'un développement psychosexuel chez l'enfant pour l'adulte d'âge moyen. Leur démarche nous a dès lors permis d'identifier le grand-père comme contrainte complémentaire idéale, sachant que la sexualité chez la personne âgée peut être difficile à accepter pour ces mêmes adultes.

Par le biais de recherches, le groupe fait état de cette problématique commune aux jeunes enfants et aux personnes d'âge avancé, comprenant qu'ils se confrontent aux préjugés d'adultes d'âge moyen. Suivant une période de délibération, et par suite de ces constats, les membres de l'équipe décident d'accepter l'offre de l'organisme fictif.

4.3.2 Groupe Étui à condoms

Après la lecture des cas proposés et quelques hésitations, le choix de la deuxième équipe s'arrête sur l'adolescente de 17 ans qui a contracté le VIH (figure 2). Ce choix est ensuite combiné à la situation discutant de connaissances relatives à une sexualité sécuritaire et au port du condom. À la suite de multiples débats, de partage d'idées et de discussions concernant de potentiels services pouvant aider les jeunes, les participants choisissent délibérément de développer un objet. À cet effet, nous leur octroyons le nom « groupe de l'étui à condom ».

La contrainte de mi-parcours présentée à cette équipe est une nouvelle situation. Plus spécifiquement, ils sont invités à considérer les enjeux qui relèvent du consentement lors de relations sexuelles avec un partenaire. Après avoir discuté de cette proposition provenant de l'OBNL fictive, ils retiennent la nouvelle contrainte et l'intègrent au projet en cours de développement.

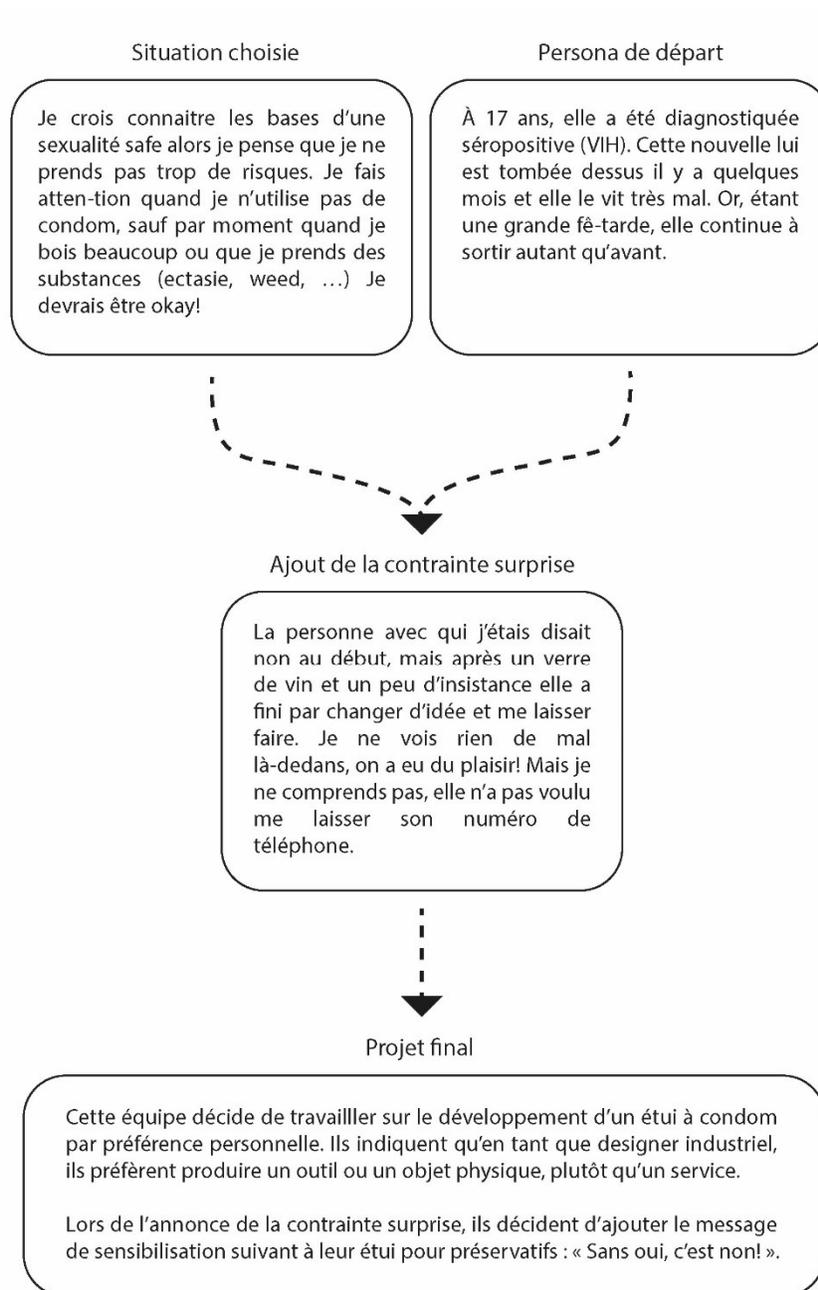


Figure 2 : parcours d'idéation du groupe Étui à condom

4.3.3 Groupe Petite fleur

Bien qu'ayant accès à une diversité de personas et situations, ce groupe a délibérément modifié les options présentées. Le persona de base sélectionné par les coéquipières est celui de la jeune fille de 17 ans ayant contracté le VIH. Or, les membres de cette équipe ont choisi de lui retirer son statut séropositif. Ils prennent aussi l'initiative de modifier la situation de leur choix afin de l'adapter à un contexte précis qui reflète leur propre parcours de vie. Ces modifications les portent à situer la jeune fille de 17 ans dans le contexte de vie d'une femme du même âge, mais vivant au Moyen-Orient et souhaitant découvrir sa sexualité. Conséquemment, le contexte géographique est modifié (figure 3).

Pendant la charrette, elles mentionnent souvent que le projet se déroule dans un pays où la sexualité chez une femme est mal vue. Elles expriment aussi que c'est une réalité qu'elles ont vécue et qui les a beaucoup affectées. Elles conjuguent ce persona à la situation concernant la sexualité hors mariage.

Le projet qu'elles développent se présente sous la forme d'une application dont l'avatar est une petite fleur, d'où le nom « groupe petite fleur ». Afin de les pousser à se confronter à une toute autre réalité et de les motiver à sortir de leur zone de confort, nous leur proposons de considérer les femmes transsexuelles dans leur projet lors de l'annonce de la contrainte surprise. Après considérations, elles choisissent de ne considérer que « *les vraies femmes* »²⁰ pour leur produit et refusent l'entente.

²⁰ Terme employé par les participantes afin de justifier leur décision.

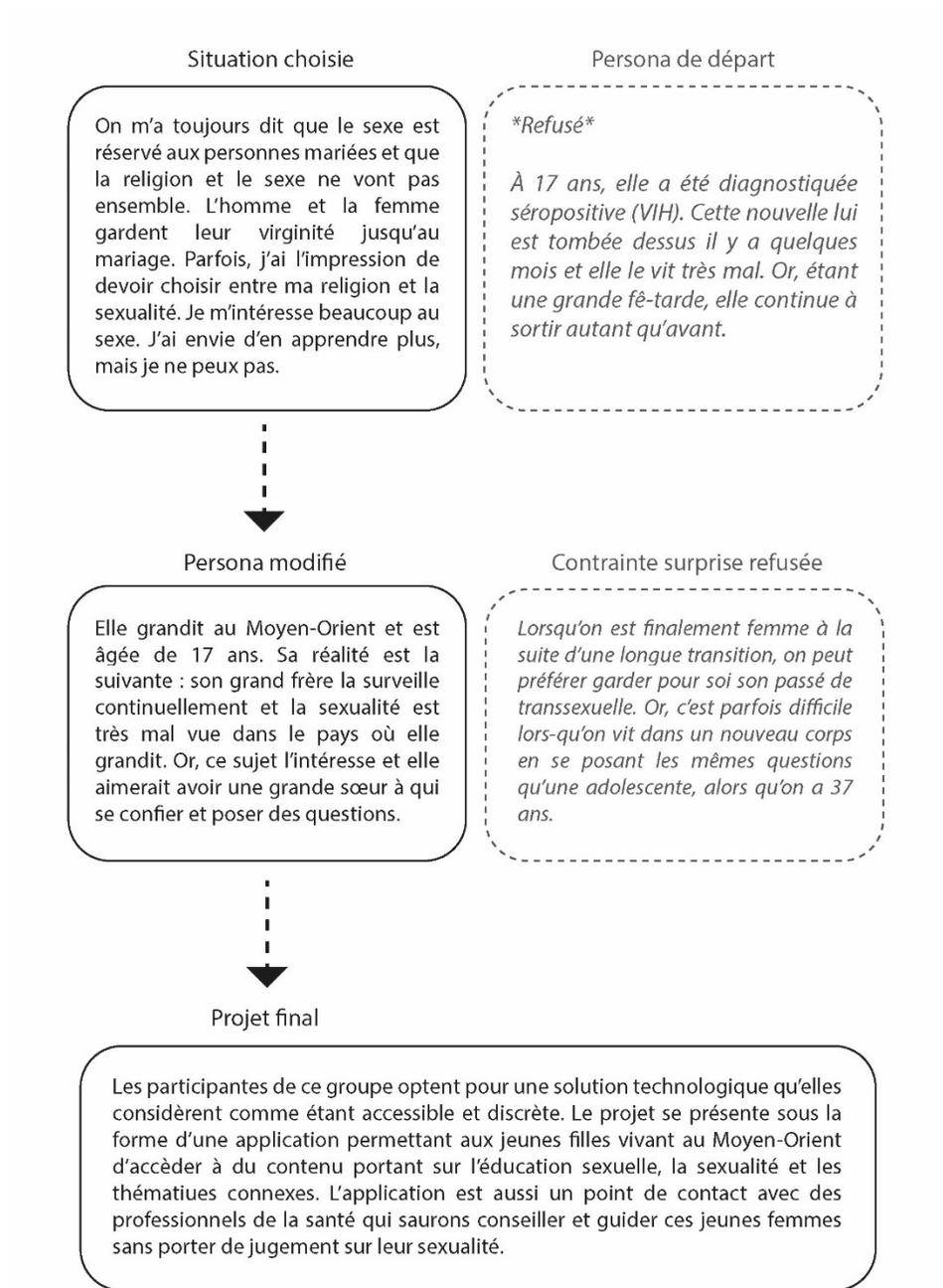


Figure 3 : parcours d'idéation du groupe Petite fleur

4.3.4 Groupe architectural

Cette dernière équipe a du mal à sélectionner une situation et un persona. Plutôt, leur attention se porte sur l'idée d'un concept architectural. Cette insistance sur la forme bâtie du projet nous encourage à leur attribuer le nom de « *groupe architectural* ». Dans sa globalité, le projet semble s'axer sur la personne âgée qui souhaite redécouvrir sa sexualité et l'amour. Cette équipe donne la priorité au choix des espaces de la ville qu'ils désirent exploiter, aux dépens des besoins du persona choisis. La fonction de l'espace oscille longuement entre un espace de rencontre et l'offre de services éducatifs. À cet effet, nous leur proposons comme contrainte surprise le persona de la petite fille de quatre ans, une contrainte qu'ils refusent expressément.

Au fil de leur avancement, ils choisissent plutôt d'allier leur espace architectural et le persona avec la situation qui invoque des partenaires sexuels multiples.

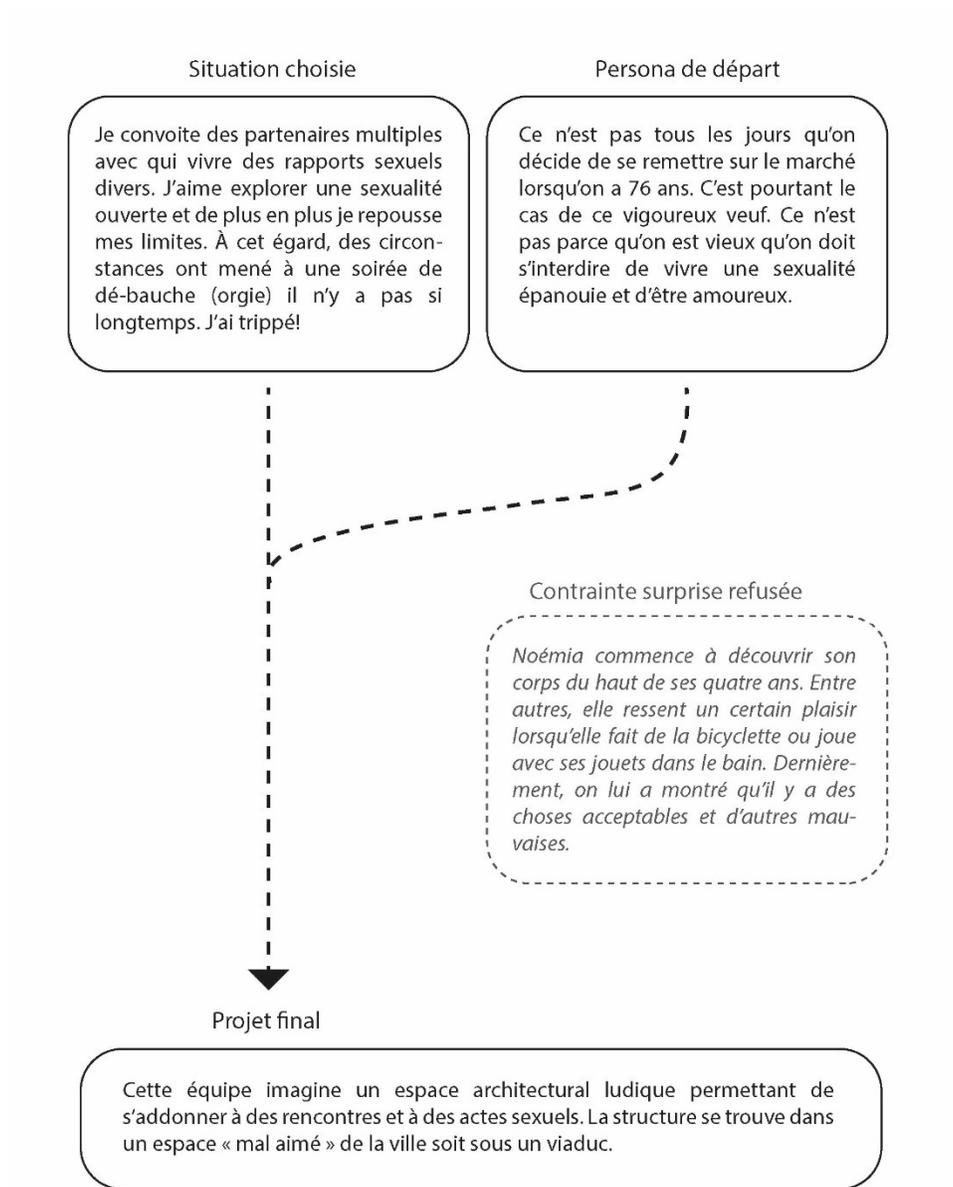


Figure 4 : parcours d'idéation du groupe Architectural

4.4 Méthode d'analyse des données

Afin d'observer les phénomènes de justification dans le discours des participants de la charrette, nous procédons par une analyse inductive. Ce processus, composé de plusieurs étapes, débute par

la réduction des données, suivi de la condensation puis de la présentation de ces données (Miles et Huberman 1997). Selon Blais et Martineau (2006, 4), cette démarche « [...] se prête particulièrement bien à l'analyse de données portant sur des objets de recherche à caractère exploratoire » comme celle présentée par ce mémoire. Cette procédure permet aussi une réduction des données et l'isolement des passages pertinents à la recherche et « [...] visant à « donner un sens » à un corpus de données brutes, mais complexes, dans le but de faire émerger des catégories favorisant la production de nouvelles connaissances en recherche, peu importe le domaine privilégié par le chercheur » (Blais et Martineau 2006, 3). En d'autres mots, ce processus vise la recherche de sens « qui se constitue au sein de la rencontre entre un événement du monde phénoménal et un projet de compréhension » (Paillé et Mucchielli 2012, 61).

En ce sens, nous initions cette phase par une lecture globale des verbatims. Pas la suite, nous révisons ceux de chaque équipe afin de cerner les passages comportant des arguments justificatifs entre un ou plusieurs participants et cherchant à appuyer un fait ou un choix spécifique au projet sur lequel ils travaillent et ayant un impact potentiel sur la finalité du projet.

Notre travail d'analyse a donc débuté par une lecture des données issues de la retranscription des enregistrements collectés. Ce faisant, les moments de conversation présentant des enjeux soulevés par les participants, de la négociation entre coéquipiers, des explications de la justification d'idées sont isolées du reste des données. En tout, nous étudions quatre (4) verbatims, soit un (1) enregistrement par équipe. Ce processus permet de conserver les passages pertinents par un processus de réduction des données, considérant que les verbatims représentent plus de 98 pages de donnée brutes.

Après avoir isolé les données appropriées, nous entreprenons la lecture des passages sélectionnés afin de mieux les analyser. Le but de l'exercice est de s'immerger dans ces discours en gardant en tête le panorama des cités défini dans le modèle de Boltanski et Thévenot (1991) afin d'observer la posture des personnes qui prennent parole. Rappelons que les cités, au nombre de six (6), représentent des états qui se transforment d'un instant à l'autre chez l'agent. La cité

domestique présente dans la tradition, la cité civique est centrée sur la représentativité, la cité industrielle sur l'efficacité, la cité de l'opinion sur la renommée, la cité inspirée sur la créativité, puis la cité marchande qui cible l'intérêt et la convoitise. Dans le chapitre suivant, nous présentons résultats de cet exercice.

5. Analyse

Comme précédemment constaté, le code d'éthique en design n'est pas un outil qui permet au designer de faire face aux dilemmes moraux d'un projet social. Nous nous penchons donc ici sur l'observations des ressources personnelles et des compétences sociales qu'ils déploient lorsqu'ils sont dans cette situation. Boltanski et Thévenot ont effectué un gros travail sur les compétences sociales en matière de justification. De fait, nous observons ce qui se passe chez le designer par le biais des cités que ces chercheurs ont développé.

Pour observer cela, nous mettons les designers dans une situation de design difficile afin de recueillir des données qui sont analysées en comparaison au corpus de Boltanski et Thévenot. Cette démarche permet l'obtention de plusieurs observations intéressantes.

Les sessions de travail employées pour l'analyse de ces données ont duré 5h chacune. Les transcriptions de ces sessions ont donné 15333 mots pour l'équipe Étui à condom, 9380 pour l'équipe architecturale, 20646 pour l'équipe Éducative et 24478 pour l'équipe Petite fleur. À l'intérieur de ce corpus nous avons relevé des situations où une des décisions devaient être faites ou au sein desquels les participants cherchaient à justifier une démarche.

Notons que les motivations même à participer des personnes présentes varient fortement. Pour le groupe Étui à condom, le désir d'ajouter des projets à leur portfolio était supérieur et représente la cité de l'*opinion*. Les deux participants de l'équipe Petite fleur, ainsi que deux des trois participantes du groupe Éducatif étaient présentes car la thématique était importante et engageait des problématiques sociales impactant la société, une valeur représentée dans la cité *civique*. La dernière participante de ce deuxième groupe était présente sous la recommandation de son professeur, une obéissance liée à la cité *domestique*. Finalement, les deux membres de l'équipe

Architecturale ont participé en raison de leur intérêt pour ce sujet qui est peu abordé dans leur pratique et qui les inspirait – un argument justement soutenu par la cité *inspirée*.

5.1 Les données collectées

En tout, 34 passages ont été isolés du verbatim soit huit (8) passages du discours pour le groupe de l'Étui à condom, neuf (9) pour le groupe Architecturale, neuf (9) pour l'équipe Éducative, et finalement huit (8) pour le groupe Petite fleur.

Dans le but de bien rendre compte des résultats obtenus, nous présentons premièrement les données en les catégorisant selon le groupe observé. Par la suite, nous regroupons le tout dans l'optique d'observer la récurrence globale des cités dans le discours des designers et des apprentis designers.

5.1.1 Étui à condoms : observations

Le premier groupe de données étudié est celui se rapportant à l'équipe ayant développé un étui pour les préservatifs. En observant les huit (8) passages identifiés lors de l'analyse des données, nous constatons que ce groupe visite une cité unique dans les discussions et les arguments qu'ils appliquent au prototype développé (tableau 5).

Passage no.	Cité	Interprétation du verbatim
1	Industrielle	Organisation du travail afin d'être efficace dans les démarches de design.
2	Industrielle	Recherche active de solutions aux problèmes proposés par la charrette, afin de comprendre avec lequel ils souhaitent éventuellement travailler. Ce processus est utilisé afin d'être certain de sélectionner une problématique pouvant effectivement être solutionnée.
3	Industrielle	Choix d'un persona et recherche active de solutions s'offrant aux problèmes soulevés.
4	Industrielle	Le groupe identifie des solutions potentielles afin de savoir quel type de projet ils peuvent développer.
5	Industrielle	Recherche du meilleur concept pouvant répondre à leur problématique, parmi ceux qu'ils ont identifiés.
6	Industrielle	Les efforts de conception sont consacrés au développement d'un produit efficace, esthétiquement plaisant et aux dimensions universelles qui conviendra à une majorité d'utilisateurs. La possibilité d'une distribution gratuite du produit est avancée, mais uniquement dans l'optique d'une accessibilité au produit et donc de la recherche d'efficacité. Cette vision n'est pas liée à la cité civique et à son esprit communautaire et social qui prône le partage.
7	Industrielle	Discours portant sur l'efficacité du prototype sur lequel ils travaillent et les contextes d'utilisation. Développement d'un scénario d'usage démontrant que l'étui servant aussi de porte clé sera toujours à portée de main de son utilisateur, donc il serait très utile.
8	Industrielle	Incorporation de la situation axée sur le consentement au produit développé. Il recherche la meilleure manière de communiquer un message pro-consentement aux utilisateurs potentiels de leur concept.

Tableau 5 : analyse des données du groupe Étui à condom

Centré spécifiquement sur la cité industrielle, ce groupe a la préoccupation de développer un projet efficace, tant dans sa production, son usinage que dans sa forme et son utilisation. Le passage no.6 est particulièrement intéressant, puisqu'il semble effleurer la cité civique lorsqu'il est question de distribution gratuite du produit afin de le rendre accessible aux jeunes. Voici le passage en question²¹ :

Passage no.6²²

[Les coéquipiers discutent de slogans et phrases préventives à apposer sur leur produit et pensent à comparer le coût annuel des couches ou d'un bébé à celui de l'achat de condoms afin de démontrer la pertinence de leur étui à condom.]

- Florence : « Moi j'aime l'idée du porte clé. Personnellement, je ne m'achèterais pas un étui spécialement pour ça, mais je serais prêt à avoir un porte clé. C'est facile à fabriquer en plus et on peut les donner. Je sais que ça peut m'être utile, puisque je vais mettre mes clés dessus.
- Gabriel : Souvent, ils viennent et au lieu de te donner des bouteilles d'eau ou des petits portes clés inutiles, ils te donnent notre étui [références aux compagnies et aux organismes qui distribuent gratuitement des articles promotionnels lors d'évènements à des fins de publicité]. Ils peuvent les donner aux jeunes et y mettre un condom. Ensuite, ils [les jeunes] pourront le remplir eux-mêmes et avoir un condom en tout temps sur eux. »

[Ils discutent de la prévention et de la promotion qui peut se faire à travers les écoles grâce au produit, citent les caractéristiques importantes de leur prototype (porte clé, étui, très subtile, possiblement promotionnel) et discutent des dimensions d'un condom pour l'étui et de l'endroit où elle peut être rangée (la poche, le sac, ...). Ils choisissent aussi les matériaux de fabrication leurs matériaux (le plastique par injection pour la production en série) et discutent de la forme et de la dimension du produit (universalité et utilité et facile à distribuer).]

²¹ Les informations indiquées entre crochets sont un résumé de longs fils de discussions et permettent d'apprécier la ligne directrice du passage identifié lors de l'analyse.

²² Tous les prénoms utilisés dans la présentation des données sont des pseudonymes afin de garantir la confidentialité des sujets.

En étudiant ce passage il est évident que cette idée est uniquement avancée dans le but d'une distribution efficace et d'une utilisation active du produit par les jeunes. Ils indiquent aussi que le produit pourrait être distribué lors d'évènements spécifiques et ferait état d'un produit promotionnel pour les compagnies, les organismes ou les regroupements. On peut donc considérer que cette équipe a travaillé principalement en fonction de la cité *industrielle*.

5.1.2 Architecturale : observations

Ce groupe, composé d'un architecte et d'une étudiante en architecture, a employé une méthodologie différente des autres groupes pour leur projet. En effet, plutôt que de choisir un persona et une situation générant une problématique à laquelle répondre, ce groupe a décidé de s'inspirer d'un élément architectural et de repousser le traitement de la question de la problématique à la fin du projet. Le passage no.2 fait état de ce processus qui diffère du principe d'un design axé sur l'utilisateur. Cette discussion est enracinée dans la cité *inspirée* par son côté poétique et unique qui met l'emphase sur un élément architectural glorifié plutôt que de répondre à une problématique sociale liée à la santé sexuelle. Ce même élément est vu comme la pièce centrale de la création et on y imagine la possibilité d'y faire des rencontres, de prendre un moment pour admirer l'œuvre ou de découvrir l'élément architectural dans un parcours proposé :

Passage no.2

- Hans : « Je passe en revue rapidement les personas [et j'imagine qu'] à 17 ans le mur devient l'ultime boîte de nuit. L'histoire d'un soir, vécu le long d'une ligne brisée. C'est linéaire, mais en même temps c'est ça avance. Ce n'est pas plat. C'est ce que ça peut inspirer, une ligne brisée dans la ville.
- Charlotte : Oui l'important de la ville. C'est important la ville je pense.
- Hans : « Je pense qu'on parcourt le mur tout au long, on le confronte aussi, on y arrive et c'est comme un grand moment de jonction dans la ville. Cette jonction-là c'est un type de rencontre en fait. C'est ça l'élément du mur, c'est un élément qui divise, mais nous on l'amène comme un élément de rencontre et de jonction. Ça amplifie en fait la rencontre plutôt que de diviser. Il faut lui donner une épaisseur. Le mur de la banque de Gaza, quand il été tracé après la guerre, c'était avec un crayon vert. Quand ils sont arrivés sur le terrain, les gens avaient encore beaucoup de dispute à savoir où mettre le mur parce que l'épaisseur du crayon donnait assez de fluctuations pour se demander : est-ce qu'on le met plus à 100 mètres par là ou 100 mètres par ici ? Finalement la ligne c'est très conceptuel »

[...]

Mais le volet architectural, les espaces sociaux que ça a le potentiel de générer ne sont pas adressés quand un ingénieur fait un mur. Il le fait pour retenir de l'eau, ou il le fait comme aux Pays-Bas pour réduire le

niveau d'eau. Mais quand nous [architectes] ont fait un mur on se dit : bon, une épaisseur habitée et on le met à l'échelle humaine. Moi je dis qu'on arrive avec un sujet polémiste soit le mur et on lui donne une échelle humaine par le potentiel de rencontre qu'il offre.

- Charlotte : C'est la nuance là-dedans qui est importante. Le mur dans la ville : c'est là qu'il y a toute sorte d'histoires qu'on peut se raconter [...]
- Hans : **Peut-être qu'on pourrait faire une Utopie.** »

Dans les neuf (9) passages pertinents isolés dans les verbatims de cette équipe, nous observons une présence proéminente de deux (2) cités soit *inspirée* et *industrielle*. Il est intéressant de noter que certains passages (no.4, 5 et 6) comportent une confrontation entre plusieurs cités, ce qui n'est pas survenu dans l'analyse des verbatims de l'équipe précédente (tableau 6).

<i>Passage no.</i>	<i>Cité</i>	<i>Interprétation du verbatim</i>
1	Industrielle	Discussion sur la fonction de leur projet et sur l'efficacité de leur démarches.
2	Inspirée	Choisissent de s'inspirer de l'élément architectural, soit le mur, et d'en faire la pièce centrale de leur projet. Le persona et la situation seront sélectionnés plus tard dans le projet et devront mettre en valeur la construction imaginée.
3	Inspirée	Désirent revoir la fonction des espaces et des sorties afin de créer une histoire à travers l'espace architecturale.
4	Inspirée	Revalorisations d'espaces qu'ils considèrent comme étant abandonnés (ruelles, espaces sous les viaducs de Montréal, ...) en les transformant. Ces lieux considérés glauques deviennent des lieux de rencontre et de rassemblement.
4	Opinion	Désir de donner une importance à un espace physique en le transformant.
4	Industrielle	Exploitation des espaces peu convoités de la ville afin de les valoriser.
5	Inspirée	Ici, nous observons la cité inspirée et la cité industrielle qui se côtoient. Les participants passent d'une cité à l'autre alors qu'ils glissent entre la fonction ludique du mur et sa forme physique, son fonctionnement, son utilité et sa construction.
5	Industrielle	
6	Inspirée	Le projet est supporté par une vision ludique de la sexualité à travers l'architecture.
6	Marchande	Nous observons le désir de donner de la valeur aux espaces dans lesquelles ils insèrent leur projet. Ils veulent développer un projet unique.
7	Industrielle	Discussions sur la fonctionnalité de l'espace et l'outil de présentation le plus efficace afin de démontrer leur projet.

8	Industrielle	Ils étudient les meilleures méthodes de présentation pour leur projet, ainsi que les derniers visuels.
9	Inspirée	Recherche du caractère unique du projet, même dans les mots employés pour le présenter, afin de bien souligner que leur projet a un caractère utopique.

Tableau 6 : analyse des données du groupe Architectural

Nous avons aussi observé la présence de la cité *marchande* dans les propos des membres de cette équipe. Ces propos de cette cité côtoient ceux de la cité *inspirée* dans le passage no.6. La cité *marchande* peut être détectée dans la valeur qui est donnée à un espace. Le produit que l'équipe propose vise à rendre désirable un espace ou une structure. Or, c'est dans ce but qu'ils imaginent un espace ludique et poétique qui se transforme selon le regard de visiteurs.

Passage no.6

- Hans : « Le mur sexuel comme infrastructure urbaine [...] Ici, c'est la trame des éléments porteurs du mur et nous ont fait un cadre qui se répète. À l'intérieur ça varie énormément. C'est l'activité des gens qui fait en sorte que ça varie.
- Charlotte : Est-ce qu'on va plus loin et on dit que le mur est toujours dans les espaces mal aimés de la ville ?
- Hans : Oui, et on donne de la valeur. »
[Parlent des espaces sous les autoroutes, des ruelles derrière le nouveau pavillon du Musée des beaux-arts, puis ils commencent à dessiner les vues en plan et en axonométrie du projet. Par la suite, ils choisissent les couleurs du projet soit : du rouge pour représenter la passion et les organes qui se dégradent vers le blanc pour créer 50 nuances de rose.]
- Charlotte : « C'est ludique ! C'est un espace qui de prime abord n'est pas amusant, et finalement tu as cette structure. »

En tout, la cité *industrielle* est visitée à cinq (5) reprises dans les passages analysés dans cette recherche. Elle a donc une forte présence. Cependant, la cité *inspirée*, visitée à six (6) reprises est celle soutenant le plus d'arguments pour ce projet. Pour sa part, la cité *marchande* est observée à une seule occasion. Rappelons que la cité *inspirée* suppose la valorisation de la créativité, des arts et de l'authenticité, des qualités présentes dans l'expérience architecturale imaginée par le groupe.

5.1.3 Éducative : observations

Lors de l'analyse du verbatim de cette équipe, nous avons cerné neuf (9) occasions de justification. Elles sont fortement soutenues par la cité *domestique* qui se présente à six (6) reprises et la cité *industrielle* présente sept (7) fois. La cité *civique* est aussi présente à une reprise (tableau 7). De plus, nous observons à cinq (5) reprises la présence de deux mondes dans certains des passages isolés (no.2, 4, 6, 7 et 9), dont quatre concernent les cités *domestique* et *industrielle* (no.2, 4, 6 et 7).

Passage no.	Cité	Interprétation du verbatim
1	Domestique	Exploration de la forme du produit et de la raison soutenant son développement. Comment est-ce que nous réagissons vis-à-vis de l'éveil sexo-corporel des enfants, pourquoi nous réagissons de la sorte.
2	Domestique	Identification de l'utilisateur potentiel du prototype afin de développer un projet répondant parfaitement à son besoin. Elles veulent cerner la problématique réelle, mais surtout le contexte social dans lequel il habite.
2	Industrielle	Le problème est observé à travers la cité domestique où nous retrouvons la tradition, mais dans le but de développer une solution répondant bien au besoin actuel.
3	Industrielle	Étude de la problématique afin d'en identifier la portée, puis d'y apporter une solution fiable. Les participantes commencent à lancer des pistes de solutions.
4	Industrielle	Contextualisation de la problématique afin de bien comprendre les enjeux de la thématique choisie.
4	Domestique	La cité domestique apparaît en second lieu car le groupe émet des constats sur les traditions afin de développer la problématique à laquelle elles désirent répondre.
5	Domestique	Exploration du contexte de la sexualité chez les jeunes enfants et sur leur développement psychosexuel. Confrontation de leurs limites personnelles et compréhension des normes sociétales.
6	Industrielle	Exploration de la problématique et recherche de solutions.
6	Domestique	Poursuite des discussions portant sur l'acceptabilité d'une sexualité chez l'enfant et sur le climat familial vécu lorsqu'il en vient aux questions de sexualité.

7	Industrielle	Développement de concept et recherche de solutions efficaces répondant aux besoins des deux persona.
7	Domestique	Elles se confrontent avec leur propre vision de la société et les liens entre un homme et une fillette (les hommes pervers, alors que les femmes sont douces).
8	Industrielle	Recherche d'une solution qui réponde aux besoins de la majorité soit les adultes et leurs préjugés. Par le fait même, elles cherchent à rompre les stigmas qui existent. De fait, nous observons qu'elles s'appuient sur la cité domestique afin de valider leur concept.
9	Civique	Le désir d'offrir un produit à la communauté qui soit accessible à tous démontre la présence de la cité civique. Les participantes ne cherchent pas à s'enrichir, mais plutôt à distribuer le savoir. Cependant cette démarche s'effectue toujours dans l'optique d'une efficacité supérieure.
9	Industrielle	

Tableau 7 : analyse des données du groupe Éducatif

Par exemple, le passage suivant est une discussion portant sur l'approche du développement psychosexuel de l'enfant par l'adulte. Les participantes s'attardent particulièrement sur les habitudes de l'adulte qui dicte à une fillette les gestes à éviter ou perçus comme « mal » (touché de la vulve). Bien que la situation soit négociée avant tout avec des arguments provenant de justifications *domestiques*, ce processus est déployé dans le but de bien cerner la problématique et d'y répondre adéquatement, d'où la présence de la cité *industrielle* qui est plus prononcée vers la fin de la discussion.

Passage no.2

- Violette : En fait, Noémia c'est la petite fille qui se dit ça [qui ne comprend pas ce qu'elle fait de mal].
- Olivia : Il faut qu'on se place du point de vue des adultes autour d'elle.
- Violette : Dans le fond, ce qui est problématique dans cette situation-là, c'est qu'on lui a appris des choses [à l'enfant] qui ne sont peut-être pas nécessairement...
- Sophie : Qui l'ont portée à se dire que certaines choses ou que des touchés [sont mals].
- Violette : Qu'ils sont mals.
- Sophie : Oui, sur ses parties [vulve]. Que c'est mal et qu'elle ne devrait pas [se toucher à cet endroit] et maintenant elle a une résistance à se découvrir elle-même.
- Violette : Mais peut-être que c'est ça. C'est dans l'éducation sexuelle qu'il y a eu un [manque].
- Sophie : Oui. Mais ça commence en quelle année l'éducation sexuelle? Le savez-vous?
- Olivia : Les cours? Il n'y en a pas en ce moment.
- Sophie : Il n'y en a plus?
- Violette : C'est ça que je trouvais intéressant dans cette situation-là. On parle beaucoup de ramener les cours d'éducation sexuelle dans le cursus scolaire, mais c'est plus que ça l'éducation sexuelle, c'est dans la vie quotidienne.

- Sophie : Mais parce que là, les cours d'éducation sexuelle c'est « comment on devrait agir quand on est à deux ». Mais il y a un apprentissage avant ça. Soit, comment moi je suis dans mon corps.
- Olivia : Ça c'est le lien que les enfants font avec leur propre être.
- Sophie : C'est peut-être ça dans le fond la problématique. C'est qu'il n'y a pas nécessairement de cours ou d'apprentissage.
- Violette : Peut-être que c'est aussi aux adultes qu'il faut enseigner comment réagir.
- Olivia : Mais là c'est de donner des outils au personnel enseignant et aux parents pour qu'ils puissent gérer les situations où les enfants font des actes inappropriés entre guillemets en public... et aussi de donner les outils à l'enfant pour qu'il comprenne un petit peu ce qui se passe. De l'aider à comprendre de façon simple pourquoi est-ce qu'il se fait dire ça. Ils [les enfants] n'ont pas l'impression de faire quelque chose de mal, ce n'est pas mal. Dès le départ c'est juste sale [selon la réaction des adultes].

À nouveau, nous notons que la cité *industrielle* est la plus présente dans le parcours justificatif de cette équipe. Cependant, la cité *domestique* prend une place importante dans le processus exploratoire du groupe qui cherche à comprendre pourquoi le touché de la vulve ou du pénis chez le jeune enfant est un sujet tabou et comment la société tente d'approcher cette problématique. Dans le premier passage, nous observons ce phénomène :

Passage no.1

- Violette : Lorsque quand j'ai entendu parler de la charrette ça m'a fait penser à ma colocataire qui est professeure et qui souvent me parle des situations cocasses qu'elle a avec ses étudiants, qui sont des jeunes enfants.
- Elle enseigne au primaire [auprès d'enfants] qui découvrent leur sexualité, qui vont faire un geste qui n'est normalement pas [acceptable]
- Olivia : Politiquement correct, socialement?
- Violette : Socialement accepté. Elle ne sait jamais comment réagir. Ça m'a fait penser que moi non plus je ne saurais pas comment réagir. On ne sait pas comment réagit face à des situations comme ça.
- Olivia : C'est très vrai. J'avais des documentaires qui parlaient un peu de cette question-là et où à la limite les enseignants et les adultes punissent les enfants au lieu de leur expliquer pourquoi ils font ça et qu'est-ce que ça peut leur apporter. Ça peut être un sujet intéressant
- Sophie : Moi je trouve ça super intéressant. Je trouve qu'il y a autant d'ouverture [de possibilité de projets] pour les adultes que pour les enfants. Il y a deux mondes : le fait de d'éduquer, de montrer, puis toute la relation avec ton [corps] Il faut garder une certaine distance, on ne veut pas que l'enfant se sente attaqué. En même temps, on veut qu'il s'ouvre aussi à ça.

5.1.4 Petite fleur : observations

Ce dernier groupe a consciemment décidé de ne pas suivre les règles de la charrette. Bien que le persona sélectionné est présent dans le tableau présenté, les participantes du groupe le

transforment à leur discrétion : « On lui a enlevé cet aspect-là [séropositivité] parce que l’aspect culturel venait déjà avec beaucoup de contraintes ». De fait, la jeune fille séropositive devient une jeune fille en santé, mais vivant au Moyen-Orient dans un contexte où la sexualité hors mariage n’est pas acceptée. Le mandat fictif adopté par l’équipe est de développer un dispositif qui puisse aider cette population à découvrir sa sexualité et à s’éduquer sur la santé sexuelle en conservant son anonymat.

En tout, nous identifions huit (8) passages que nous analysons plus en profondeur. Au sein de ces derniers, la cité *industrielle* se dégage à sept (7) reprises, la cité *civique* à une reprise, la cité *domestique* quatre (4) fois. Nous remarquons aussi que trois (3) cités sont présentes au passage no.4, et que deux (2) cités sont identifiées dans les passages no.1 et 5 (tableau 8).

Passage no.	Cité	Interprétation du verbatim
1	Industrielle	Circonscriit dans la cité industrielle. Elles font référence à la productivité et aux besoins pour un meilleur design.
1	Domestique	Effleurent la cité de la tradition par le biais d’une critique sur le besoin de changements.
2	Industrielle	Identification de solutions et débat sur l’utilité.
3	Industrielle	Identification de la meilleure façon d’approcher les jeunes et afin d’adapter le projet à leurs besoins et offrir une efficacité supérieure.
4	Industrielle	Ce passage porte sur le format du projet. Les participantes cherchent à comprendre quelle serait l’avenue la plus efficace et répondant le mieux au besoin incluant la possibilité de faire appels à l’aide de médecins travaillant dans les écoles auprès des jeunes, la possibilité de faire appel à un système de ressources d’aide identifiable grâce à un bracelet spécial, à la publicisation de leur service par le biais de serviettes sanitaires ou de logos et à l’intégration d’outils technologiques dans les services développés.
4	Civique	Lors de cette phase du projet, nous observons quelques arguments touchant la cité civique, alors qu’il est question de groupes de soutien entre pairs, <i>secrets</i> et <i>révolutionnaires</i> . Cette cité reste au second plan considérant que c’est l’objectif d’efficacité du produit qui prime dans les débats.

4	Domestique	La cité domestique fait aussi acte de présence dans ces passages, alors que certains arguments visant à prouver la pertinence du projet prennent racine dans la fermeture de certains Etats islamique vis-à-vis de la sexualité hors mariage.
5	Industrielle	La cité domestique est à nouveau effleurée, mais employée dans l'optique de justifier l'efficacité du produit sur le plan de la cité industrielle. Cet exercice les pousse à développer le point d'entrée vers le produit plus en profondeur afin de l'optimiser.
5	Domestique	
6	Domestique	Raisonnement construit sous la contrainte des traditions existant dans un contexte social précis du Moyen-Orient (Syrie).
7	Industrielle	Discussion centrée sur la fonctionnalité, l'apparence et l'efficacité du produit selon qu'elles choisissent d'intégrer la contrainte surprise ou non dans leur design. Pour des questions de fonctionnalité, la contrainte est ultimement rejetée.
8	Industrielle	On lui a enlevé cet aspect-là [séropositivité] parce que l'aspect culturel venait déjà avec beaucoup de contraintes.

Tableau 8 : analyse des données du groupe *Petite fleur*

Le passage no.4 concerne le développement d'une solution efficace. Afin d'y arriver, les participantes appuient leur propos sur l'idée du partage entre membres d'un groupe et sur le contexte social et les limites imposées par la tradition :

Passage no.4

- Lilly : « Est-ce qu'on doit accompagner [l'utilisateur]? Je pense que l'âge de 17 ans est un âge critique. Sois tu développes les tabous et tu te refermes beaucoup, sois tu es chanceuse. Si tu n'es pas chanceuse, tu n'es pas accompagnée finir par te considérer entièrement comme un objet sexuel. Comment arriver à accompagner les jeunes femmes de l'adolescence au début de l'âge adulte?
- Marie : Et sans tomber dans le moralisateur. Que ça soit une façon de communiquer qui interpelle aussi les jeunes de cet âge-là. Il ne faut pas être trop sophistiqué. Peut-être un livre?
- Lilly : Est-ce qu'on fait un groupe d'entraide? Est-ce qu'on fait un ensemble de choses? Est-ce qu'on fait un bracelet [pour identifier les alliés] qui ramène au groupe ou au site web?
[Discutent de la possibilité de s'allier à des médecins et de créer une communauté d'entraide.]
- Observatrice : Oui, on pourrait aller voir les infirmières ou les médecins qui passent dans les écoles arabes. Peut-être qu'ils [les médecins] pourraient justement adresser ce genre de questions-là [questions portant sur la sexualité de l'adolescent] en toute confiance.
[...]
- Lilly : Ce n'est pas une histoire de confiance, c'est une histoire de culture. Au Moyen Orient, tu ne peux pas intégrer ce genre d'outils [d'éducation à la sexualité] dans la société ou entre les mains de l'éducation. Il faut que tu passes par d'autres voies. Il faut vraiment passer soit par les voies [secrètes], moi j'aime beaucoup ton idée de bracelets, c'est-à-dire par une voie secrète quasi révolutionnaire [...] »

Malgré l'appui sur la cité civique qui donne une légitimité à l'évocation d'une force révolutionnaire associée à la dynamique de réseaux sociaux secrets, ce passage démontre tout de même une prédominance de la cité *industrielle*. Au regard des passages analysés, nous constatons que cette cité est, comme pour les groupes analysés précédemment, la plus présente dans la justification des propos.

D'autres passages discutent cependant spécifiquement d'enjeux issus de la tradition et des limites qu'elles peuvent imposer aux jeunes femmes en quête de connaissance sur la sexualité. Ces discours prennent place dans la cité *domestique*, comme c'est le cas du passage suivant :

Passage no.5

- Marie : « Ici c'était une jeune fille de 17 ans séropositive, maintenant c'est juste une jeune fille de 17 ans [vivant] au Moyen-Orient où c'est hyper tabou et où il y a des risques à vivre une sexualité. Tu peux être taguée de pute et être violée légitimement, parce que maintenant tu as été touchée, parce que tu avais un copain qui a pris ta virginité.
- Lilly : Et de deux, à cause de ça si tu veux vivre une sexualité, être renseignée sur les bases d'une sexualité tu n'as pas de ressources. Si tu as besoin d'être renseignée, d'avoir des informations, d'être guidée à l'intérieur de ça [c'est important] d'avoir un réseau de confiance discret. »

Il est aussi intéressant d'observer qu'à leurs yeux cette jeune fille ne pouvait pas être séropositive, alors qu'il y a certainement une population séropositive au Moyen-Orient. La transformation du persona par les participantes suppose de potentielles limites personnelles aux designers dans cette démarche. Un aspect qu'il serait pertinent d'approfondir lors de recherches futures.

5.2 Regroupement des données

Au regard de ces analyses, nous observons plusieurs particularités intéressantes du discours. Dans un premier temps, chaque équipe a su justifier ses propos par le biais de cités spécifiques et convenant à leur argumentaire. Pour 23 argumentaires, les discussions s'enracinaient dans une cité unique. C'est le cas des démarches de l'équipe ayant conçu un étui pour le transport de préservatifs et pour certains passages des autres équipes. Cette équipe est aussi la seule à avoir

conservé une perspective industrielle tout au long du projet. À l’opposé, nous dénombrons 11 passages au sein desquels plusieurs cités se confrontent.

Dans un deuxième temps, nous réalisons que les groupes ont aussi tendance à développer un argumentaire combinant une ou deux cités principales, dont la cité *industrielle* est généralement la plus présente. En tout, celle-ci domine en ce qui concerne le discours, étant identifiée à 27 reprises (figure 5). Cette présence confirme notre hypothèse selon laquelle le designer serait le plus à son aise dans une cité axée sur l’efficacité et la résolution de problèmes. L’équipe architecturale est la seule faisant exception à cette règle.

Par ailleurs, la cité *domestique* est observée à 10 reprises, l’*inspiré* revient à six (6) reprises, la *civique* à deux reprises et ultimement la cité *marchande* à une reprise (figure 5). Nous notons aussi que la cité *industrielle* est la seule qui soit présente dans les discours justificatifs de toutes les équipes de travail présentes à la charrette.

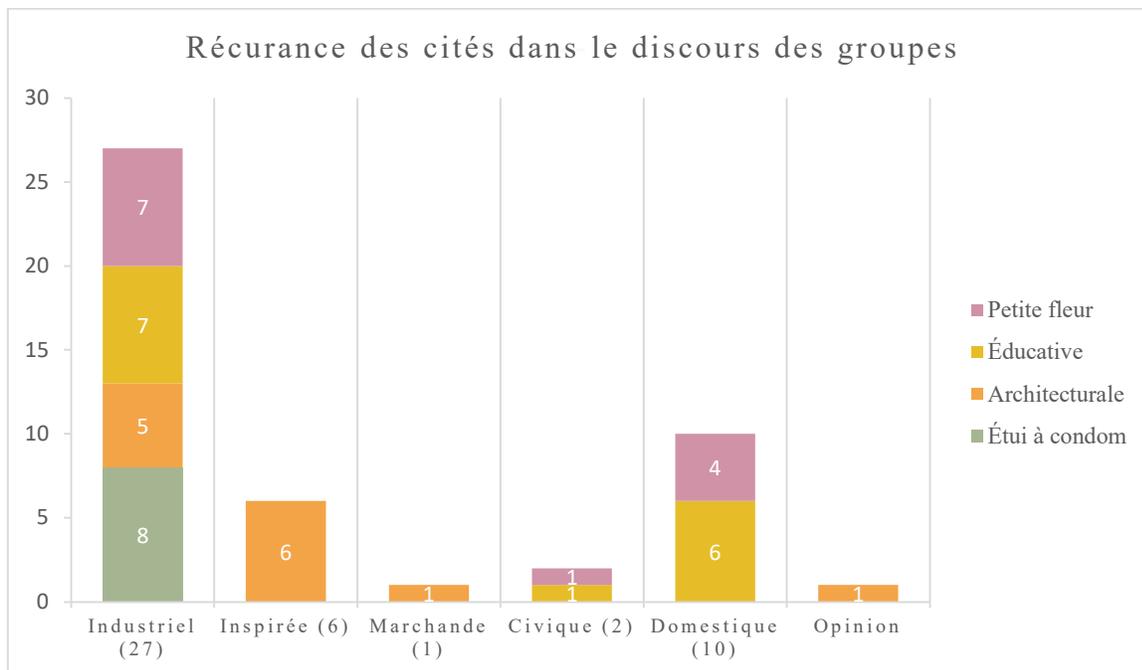


Figure 5: taux de récurrence des cités dans le discours des groupes ayant participé à la charrette

La figure 5 permet aussi de constater que le groupe Architectural est le seul à évoquer les cités *inspirée* et *marchande*. Pour leur part, les cités *domestique* et *civique* sont uniquement présentes dans les discours des équipes Éducative et Petite fleur.

Nous pensons aussi intéressant de souligner que bien qu'il y ait une forte disparité entre la présence de chaque cité dans le travail des designers, elles ont toutes fait partie d'au moins un discours justificatif.

5.3 Conclusion : des justifications qui débordent l'efficacité industrielle

L'appui massif et commun à une justification de type industrielle observé dans la défense de décisions et le développement des concepts produits lors de cette charrette n'a bien sûr rien d'étonnant de la part de designers industriels. Après tout, il s'agit bien là d'« un processus stratégique de résolution de problèmes par le biais d'innovations qui construit le succès d'entreprises et conduit vers une meilleure qualité de vie grâce à des produits, des systèmes, des services et des expériences innovantes. [Traduit de l'anglais²³] » Quand la *World Design Organisation* met ainsi l'accent sur le caractère « stratégique » de la « résolution de problèmes » par le design, fondant le succès, sous-entendu à long terme, des entreprises, elle met en relief ce caractère industriel de l'éthique des designers. Or, nos données montrent aussi que ce type de justification ne suffit pas toujours à appuyer les propositions, les décisions et le développement de concepts générés en réponse à un mandat ayant de lourdes implications morales.

Au regard de ces données, nous pouvons affirmer que le designer s'engageant des problématiques sociales n'est pas reclus dans la cité *industrielle*. Il aurait plutôt tendance à impliquer plusieurs cadres justificatifs permettant la résolution du problème par le designer.

²³« Industrial Design is a strategic problem-solving process that drives innovation, builds business success, and leads to a better quality of life through innovative products, systems, services, and experiences. » (WDO 2019)

Bien que cette étude exploratoire à petite échelle ne puisse être considérée comme représentative du discours justificatif de tous designers, l'interprétation du discours des quatre groupes de travail permet d'affirmer l'intérêt d'intégrer les cités comme outil d'analyse du processus créatif. Elle démontre aussi qu'il serait fort pertinent d'inclure des spécialistes du comportement humain afin de développer plus en profondeur notre compréhension des arguments émis par les participants de l'étude.

6. Conclusion

6.1 La démarche d'enquête

La pluralité des champs d'intervention en design implique que certains professionnels opèrent sur des problématiques sociales. Dans le cadre de cette recherche, nous nous sommes intéressés au rôle joué par la morale, les interdits, les tabous, les normes sociales, dans le travail des designers. Comme nous l'avons souligné, ce dernier est constamment assujéti aux normes et valeurs morales de sa communauté. Cette position peut entraîner des complexités si nous pensons à des contextes d'intervention sociaux du design comme le vieillissement, les handicaps, la pauvreté, la santé mentale, la mort, la guerre, etc.

Par ce mémoire, nous avons souhaité explorer les modalités de ces projets impliquant la moralité du designer. Plus particulièrement, nous avons souhaité acquérir une meilleure compréhension du processus justificatif du designer lors de son projet.

Nos recherches ont permis d'établir que le code déontologique n'offre pas de guide spécifique concernant le travail de design sous contraintes morales. Nous nous sommes donc attardés aux compétences sociales leur permettant de se situer dans leurs idées, d'où la pertinence du cadre théorique développé par Boltanski et Thévenot (1991) portant sur ce sujet. Dans leurs écrits, ces deux sociologues décrivent six (6) cités de justification permettant à l'agent de justifier sa pensée. C'est ce que nous utilisons dans cette recherche afin d'effectuer l'analyse des données recueillies. Ce faisant, nous avons préparé le terrain d'enquête prenant la forme d'une charrette portant sur la thématique de la santé sexuelle. Cette journée d'idéation accueillant onze (11) designers et étudiants a permis de produire les données nécessaires pour examiner les compétences sociales en jeu dans le travail des designers. Les verbatims obtenus à la suite de l'enregistrement du travail de quatre équipes ont permis de tirer des observations sur la présence des cités proposées par Boltanski et Thévenot, dans le discours justificatif des participants.

6.2 Limites

Il est aussi important de noter que la méthode de collecte des données présente des problèmes. La situation de design étant artificielle, nous n'avons pas l'occasion de voir le développement d'un projet professionnel ni les acteurs qu'il pourrait impliquer. Les équipes ont aussi souligné cet enjeu, au sens où elles ont toutes exprimé le besoin de se référer à un spécialiste en santé sexuelle au cours de la journée. Ce constat laisse à penser que lors d'un projet réel, plusieurs acteurs de différentes professions seraient invités à s'impliquer dans le processus de développement créatif.

Notons aussi le fait que le groupe Architectural n'a pas réellement respecté la consigne de la charrette. Leur façon de travailler les distingue fortement des autres groupes professionnels, ce qui rend difficilement comparable les données recueillies auprès d'eux avec celles des autres groupes. Le plan d'enquête aurait pu être plus strict afin d'éviter cette situation.

Néanmoins, les observations posées ont une valeur certaine dans l'exploration de la pensée design lorsqu'il est question d'enjeux touchant la moralité humaine.

À défaut de pouvoir comparer cet ensemble de discours avec les discours développés dans le cadre de projet plus traditionnels, nous ne pouvons pas statuer que ces recours à d'autres cités que l'industrielle soit le propre des projets à forte contraintes morales. Cependant, cette recherche demeure valable puisqu'elle montre que les ressources morales nécessaires au design sont plus variées qu'on ne pourrait le penser.

6.3 Retombées de la recherche (théorique, pédagogique, social)

De cette recherche, nous avons obtenu plusieurs retombées intéressantes. Elles sont d'ordre théorique, pédagogique ou social. Nous les explorons plus en détail dans les passages suivants afin de clore ce travail.

6.3.1 Retombées théoriques

Cette étude exploratoire permet de tirer des conclusions pertinentes pour des recherches connexes, telle que l'application de la théorie de Boltanski et Thévenot aux recherches centrées sur des projets de design issus de problématiques sociales. Dans le même ordre d'idée, elle permet certainement de valider la présence d'un processus justificatif complexe dans le discours des designers et des apprentis designers.

Ce disant, concordant avec nos hypothèses, les participants ont convergé vers la cité industrielle, qui se rapproche fortement des fondements du design industriel avec son principe centré sur l'efficacité. Cependant, d'autres cités se sont introduites dans les discussions de trois des quatre groupes dont les échanges ont été analysés.

Par ces observations, nous constatons que chaque groupe a su engager des discours touchant à des problématiques spécifiques et par le biais d'argumentaires touchant les cités convenant aux besoins du projet imaginé.

6.3.2 Retombées pédagogiques

Dans une perspective connexe, nous tirons quelques conclusions sur le milieu pédagogique, ainsi que les institutions ayant pour mission de soutenir les designers. Il est important que le designer ait accès à des outils ou à un guide pour l'aider à se situer lors de son implication dans un projet qui présente une problématique impliquant sa moralité. L'attitude particulière du designer vis-à-vis du projet peut fortement affecter la forme du projet développé et il est important qu'il soit conscient et confortable vis-à-vis de ses choix.

Sa position morale, présente à travers le projet, implique qu'il faille offrir les outils ouvrant sa perspective sur ses limites personnelles, à sa compréhension de la gestion de ces projets particuliers et à sa compréhension de l'impact social qu'il peut avoir. Ayant établi au préalable que le guide déontologique de l'ADIQ ne peut présentement répondre à ce besoin, il est pertinent de se pencher sur les limites et les apports de l'éducation, ainsi que la possibilité du développement d'un guide adapté à ces projets.

6.3.3 Retombées sociales

Ces dernières observations nous portent ultimement à observer les retombées sociales de cette recherche. Bien que n'étant pas sociologues, cette recherche permet de souligner l'importance de comprendre le contexte du projet, soit, les personnes impliquées directement et indirectement par l'offre d'un nouveau produit ou d'un nouveau service. Enfin, il est important d'encadrer le designer dans son projet afin qu'il soit conscient de l'impact de ce qu'il produit et de ses responsabilités sociales.

Ultimement, cette recherche permet des réflexions futures. Nous pensons entre autres à l'importance des questions traitées par les designers, alors qu'ils devront intégrer des considérations relevant des politiques d'équité, de diversité et d'inclusion sociale à leur cahier des charges.

Nous considérons aussi intéressant de reproduire l'armature conceptuelle et analytique de cette recherche en la sortant du cadre expérimental utilisé, dans le but d'étudier le travail de designers dans des situations de projets réels. Dans le même ordre d'idées, il serait pertinent de reprendre l'armature conceptuelle, analytique et expérimentale de la présente recherche, mais d'y confronter le travail des designers issus de différentes cultures : les justifications seront-elles les mêmes en Europe du Nord, en Italie, au Brésil, en Asie? Ou encore, quels seraient les impacts de la collaboration étroite entre les designers et les personnes touchées par la problématique sociale du projet (par exemple, impliquer des personnes vivant avec le VIH dans toutes les étapes du développement d'un produit ou d'un service leur étant adressé)?

Bibliographie

Références scientifiques

- ADIQ. 2015a. « ADIQ | Devenir membre ». Association des designers industriels du Québec. 2015. <http://adiq.qc.ca/devenir-membre/>.
- . 2015b. « ADIQ : Code de déontologie de l'association des designers industriels du Québec ». https://adiq.qc.ca/wp-content/themes/adiq/assets/documents/Codededeontologie_ADIQ.pdf.
- . 2018. « ADIQ | Association des designers industriels du Québec ». 2018. <https://adiq.qc.ca/pourquoi-employer-un-designer-industriel/>.
- Aime-toi.ca. 2019. « Où trouver des condoms ». Aime-toi.ca. 2019. <https://aime-toi.ca/>.
- Archambault, Héroïse, et Hugo Duchaine. 2017. « Beaucoup de pensée magique dans les comportements sexuels ». TVA Nouvelles. 20 septembre 2017. <https://www.tvanouvelles.ca/2017/09/20/beaucoup-de-pensee-magique-dans-les-comportements-sexuels>.
- Aristote. s. d. *Livre I — Du bien et du bonheur*. Vol. I. X vol. Éthique à Nicomaque. Consulté le 31 mai 2018. [https://fr.wikisource.org/wiki/%C3%89thique_%C3%A0_Nicomaque_\(Nau\)](https://fr.wikisource.org/wiki/%C3%89thique_%C3%A0_Nicomaque_(Nau)).
- Armogathe, Jean-Robert. 2014. « Morale et science : Être et connaître ». Dans *Être humain*, 83-86. Paris: Galilée.
- Barriello, Valia. 2011. *Artribune : Dal 2011 Arte Eccetera Eccetera*, juin. <https://www.artribune.com/attualita/2011/07/facciamolo-social/>.
- Bergamin, Edoardo. 2012. « Bello e altruista: è il design sociale ». *Italic news*, septembre, 1.
- Biography.com. 2014. « Trayvon Martin ». The Biography.Com. 2 avril 2014. <https://www.biography.com/crime-figure/trayvon-martin>.
- « Black Lives Matter ». s. d. « About ». Fondation. Black Lives Matter. Consulté le 14 décembre 2020. <https://blacklivesmatter.com/about/>.
- Blais, Mireille, et Stéphane Martineau. 2006. « L'analyse inductive générale : description d'une démarche visant à donner un sens à des données brutes ». *Association pour la recherche qualitative*, Recherche qualitatives, 26 (2): 18.
- Boltanski, Luc, et Laurent Thévenot. 1991. *De la justification : les économies de la grandeur*. Gallimard. Paris.
- Brassac, Christian, et N. Gregori. 2003. « Étude clinique d'une activité collaborative : la conception d'un artefact ». *Le travail humain* Vol. 66 (2): 101-26.
- Bucciarelli, Louis L. 1988. « An Ethnographic Perspective on Engineering Design ». *Design Studies* 9 (3): 159-68. [https://doi.org/10.1016/0142-694X\(88\)90045-2](https://doi.org/10.1016/0142-694X(88)90045-2).

- . 1994. *Designing Engineers*. Cambridge, Massachusetts ; MIT Press.
https://cap.banq.qc.ca/notice?id=p::usmarcdef_0002533128.
- Bürdek, Bernhard E. 2015. « Design and methodology ». Dans *Design: History, Theory and Practice of Product Design*, 75-124. Basel/Berlin/Boston, SWITZERLAND: Walter de Gruyter GmbH. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/umontreal-ebooks/detail.action?docID=4001442>.
- Burns, Colin, Hilary Cottam, Chris Vanstone, et Jennie Winhall. 2006. « RED paper 02: Transformation design ». Design council.
- Cambon, Linda, Laetitia Minary, Valery Ridde, et François Alla. 2013. « A tool to analyze the transferability of health promotion interventions ». *BMC Public Health* 13 (décembre): 1184. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-13-1184>.
- Campbell, Katy, Richard A. Schwier, et Richard F. Kenny. 2005. « Agency of the instructional designer: Moral coherence and transformative social practice ». *Australasian Journal of Educational Technology* 22 (2): 242-62. <https://doi.org/10.14742/ajet.1337>.
- CHU Sainte-Justine. 2018. « Comportement sexualisé: Les comportements normaux ». 2018. <https://www.chusj.org/fr/soins-services/C/Comportement-sexualise/Comportements-normaux>.
- Curry, Terrence. 2014. « A Theoretical Basis for Recommending the Use of Design Methodologies as Teaching Strategies in the Design Studio ». *Design Studies* 35 (6): 632-46. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2014.04.003>.
- Delsol, Chantal. 2014. « Conscience et normativité ». Dans *Être humain*, 103-12. Paris: Galilée.
- Demoncey, Amélie. 2016. « La recherche qualitative : introduction à la méthodologie de l'entretien ». *Kinésithérapie, la Revue* 16 (180): 32-37. <https://doi.org/10.1016/j.kine.2016.07.004>.
- Designboom. 2018. « About designboom ». designboom | architecture & design magazine. 2018. <https://www.designboom.com/about-us/>.
- Dorst, Kees. 2006. « The Design Analogy: A Model for Moral Problem Solving ». *Elsevier Enhanced Reader, Design Studies*, 27 (6): 633-56. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2006.05.002>.
- Dorta, Tomás. 2008. « Design Flow and Ideation ». *International Journal of Architectural Computing* 6 (3): 299-316. <https://doi.org/10.1260/1478-0771.6.3.299>.
- Durkheim, Émile. 1894. « Les règles de la méthode sociologique ». *Presses Universitaires de France, Revue Philosophique de la France et de l'Étranger*, 37: 465-98.
- Duval, Alexandre. 2019. « Un médicament contre le VIH plus accessible à Québec ». Radio-Canada.ca. 2 avril 2019. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1161822/prep-prevention-vih-medicament-plus-accessible-quebec-miels-itss>.
- Eckert, C. M., A. F. Blackwell, L. L. Bucciarelli, et C. F. Earl. 2010. « Shared Conversations Across Design ». *Design Issues* 26 (3): 27-39. https://doi.org/10.1162/DESI_a_00027.
- Fassin, Didier. 2005. *Faire de la santé publique*. Édition de l'école nationale de la santé publique. Rennes: Cedex.
- Flusser, Vilém. 1999. « The Ethics of Industrial Design? » Dans *Shape of Things: A Philosophy of Design*, Reaktion books, 66-69. Londres: Reaktion Books. <https://books.google.ca/books?id=d26wIxe- jsAC&pg=PA66&dq=Ethics+in+industrial+design+?+Vilem+flusser&hl=it&sa=X&ved=2a>

- hUKEwi-8Let67HtAhWDFVkfFHRwyBUMQ6AEwAHoECAQQAg#v=onpage&q=Ethics%20in%20industrial%20design%20%3F%20Vilem%20flusser&f=false.
- Fortin, Fabienne. 2010. *Fondements et étapes du processus de recherche: méthodes quantitatives et qualitatives*. 2e éd.. Montréal: Chenelière éducation.
- Gaspard Claude. 2019. « La méthode de l'observation pour vos recherches : définition, types et exemple ». Scribbr. 4 décembre 2019. <https://www.scribbr.fr/methodologie/observation/>.
- Gauthier, Philippe. 2006. « Not Good Enough? A Response to Wolfgang Jonas A Special Moral Code for Design? » *Design Philosophy Papers* 4 (4): 247-54.
- Gerstein, Jackie. 2014. « Moving from Education 1.0 Through Education 2.0 Towards Education 3.0 ». Dans *Experiences in Self-Determined Learning*, par Lisa Blaschke et Chris Kenyon, édité par Stewart Hase, Createspace Independent Publishing Platform, 83-98. En ligne.
- Geurrero, Rafael. 2018. « Product Design Specification (Needs) ». Markkula Center for Applied Ethics. 29 juin 2018. <https://www.scu.edu/ethics/focus-areas/more/engineering-ethics/ethical-considerations-in-the-senior-design-project/product-design-specification-needs/>.
- Gouvernement du Québec. 2016a. « Clinique de dépistage SIDEP+ ». Gouvernement du Québec. 2016. <https://santemontreal.qc.ca/population/services/clinique-de-depistage-sidep/>.
- . 2016b. « Globalité de la sexualité - Santé Montréal ». 2016. <https://santemontreal.qc.ca/professionnels/drsp/sujets-de-a-a-z/sexoclic/comprendre/globalite-de-la-sexualite/>.
- . 2019. « Liste des ordres professionnels ». Gouvernement. Office des professions du Québec. 3 mars 2019. <https://www.opq.gouv.qc.ca/ordres-professionnels/liste-des-ordres-professionnels/>.
- Gowan, Al. 2016. « Victor Papanek: Path of a Design Prophet ». *Design Issues* 32 (4): 97-98. https://doi.org/10.1162/DESI_r_00420.
- Graburn, Nelson H. H. 2000. « What is Tradition? » *Museum Anthropology* 24 (2-3): 6-11. <https://doi.org/10.1525/mua.2000.24.2-3.6>.
- Grégori, Nicolas. 1999. « Etude clinique d'une situation de conception de produit : vers une pragmatique de la conception ». Phdthesis, Université Nancy 2. <https://hal.univ-lorraine.fr/tel-01751198>.
- Grice, H. 1998. « What Is Culture? » *English* 47 (189): 257-60. <https://doi.org/10.1093/english/47.189.257>.
- Guidot, Raymond. 2004. *Histoire du design de 1940 à nos jours*. Nouvelle édition, Revue et Augmentée.. Paris: Hazan.
- Guillarme, Bertrand. 1996. « Un nouveau courant dans la pensée sociologique française. A propos de la “sociologie de la critique” ». Édité par Luc Boltanski et Laurent Thévenot. *French Politics and Society* 14 (3): 68-75.
- Institut national de santé publique du Québec. 2019. « Modalités de dépistage : nominatif, non nominatif et anonyme ». INSPQ. 2019. <https://www.inspq.qc.ca/espace-itss/foire-aux-questions/modalites-de-depistage-nominatif-non-nominatif-et-anonyme>.
- International council of desing. 2010. « Design Education Manifesto ». <https://www.ico-d.org/resources/design-education-manifesto#the-2010-manifesto-steering-committee>.

- John S. Pruitt, et Tamara Adlin. 2006. « The next frontier for user-centered design ». Dans *The Persona Lifecycle - Keeping People in Mind Throughout Product Design*, 2-45. Interactive Technologies. <https://www.sciencedirect.com/topics/computer-science/scenario-based-design>.
- Labelle, Alain. 2019. « Des faiblesses du VIH révélées | Sida : sur les traces d'une pandémie ». Radio-Canada.ca. 11 avril 2019. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1163804/vih-1-enveloppe-anticorps-vulnerabilite-faiblesses-imagerie>.
- Lalande. 2014. « Conscience morale et droit ». Dans *Être humain, ?* Paris: Galilée.
- Laszlo-Fenouillet, Dominique. 1993. *La conscience*. Bibliothèque de droit privé ; t. 235. Paris: Librairie générale de droit et de jurisprudence.
- Lebeuf, -Hélène. 2021. « L'ex-policier Derek Chauvin reconnu coupable du meurtre de George Floyd | Radio-Canada.ca ». ICI.Radio-Canada.ca. 2021. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1786469/mort-george-floyd-jury-verdict-proces-derek-chauvin>.
- Lemoine, Père Laurent. 2014. « Conscience morale, conviction et objection ». Dans *Être humain*, 87-102. Paris: Galilée.
- Leymonerie, Claire. 2016. *Le temps des objets: une histoire du design industriel en France (1945-1980)*. Saint-Étienne: EPCC Cité du design-École supérieur d'art et design.
- Locas, Marie-Chantal. 2014. « Les conséquences du sous-financement sur les organismes communautaires montréalais ». *RIOCM* (blog). 2014. <http://www.riocm.ca/bulletin/les-consequences-du-financement-les-organismes-communautaires-montrealais/>.
- Macdonald, George F. 1991. « What Is Culture? » *Journal of Museum Education: Current Issues in Museum Learning* 16 (1): 9-12. <https://doi.org/10.1080/10598650.1991.11510161>.
- Macmillan, Charles J. B., et James W. Garrison. 1988. *A Logical Theory of Teaching: Erotetics and Intentionality - Boston University Libraries*. Dordrecht. Boston: Kluwer Academic Publishers. <http://link.bu.edu/portal/A-logical-theory-of-teaching--erotetics-and/Rr2mf4O5kbU/>.
- Mazaurette, Maya. 2017. « Sexualité des personnes âgées : le grand tabou ». *Le Monde*, 29 janvier 2017. https://www.lemonde.fr/m-perso/article/2017/01/29/la-sexualite-des-personnes-agees-futur-anterieur_5070834_4497916.html.
- Mcknight, D., et Charles (« Chuck ») Kacmar. 2006. « Factors of Information Credibility for an Internet Advice Site ». Dans , 6:1-10. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2006.181>.
- Mercure, Philippe. 2019. « Attaquer le VIH à coups d'ouvre-boîte ». *La Presse*, 10 avril 2019. <https://www.lapresse.ca/actualites/sciences/201904/10/01-5221625-attaquer-le-vih-a-coups-douvre-boite.php>.
- Metzger, Miriam J., et Andrew J. Flanagin. 2000. « Perceptions of Internet Information Credibility ». *Journalism and Mass Communication Quarterly* 77 (3): 515-40.
- Miles, Matthew B, et A Michael Huberman. 1997. « Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook (2nd ed.) ». *American review of public administration* 27 (2): n.p.
- Monnier, Anne. 2017. « Le design thinking pour aider à changer de regard sur le vieillissement ». LinkedIn. 22 juillet 2017. <https://www.linkedin.com/pulse/le-design-thinking-pour-aider-%C3%A0-changer-de-regard-sur-anne-monnier>.
- Morin, Edgar. 2005. *Introduction à la pensée complexe*. [Nouv. éd.]. Points. Essais 534. Paris: Seuil.

- Nadeau, Christian. 2018a. « Activité 4.1 Les notions essentielles de l'éthique de la vertu ». Cours en ligne. PHI6990-A-E18 - Fondements et enjeux pratiques de l'éthique. 2018.
https://studium.umontreal.ca/pluginfile.php/3733209/mod_resource/content/7/ID4090608764304_1524572615786345/ID9563078413048_1432308581544394.html.
- . 2018b. « Activité 4.2 L'éthique de la vertu chez Aristote ». Cours en ligne. PHI6990-A-E18 - Fondements et enjeux pratiques de l'éthique. 2018.
https://studium.umontreal.ca/pluginfile.php/3733209/mod_resource/content/7/ID4090608764304_1524572615786345/ID9563078413048_1432308581544394.html.
- . 2018c. « U04 - L'éthique de la vertu ». Cours en ligne. PHI6990-A-E18 - Fondements et enjeux pratiques de l'éthique. 2018.
https://studium.umontreal.ca/pluginfile.php/3733209/mod_resource/content/7/ID4090608764304_1524572615786345/ID9563078413048_1432308581544394.html.
- Naître et grandir. 2019. « Parler de sexualité avec son enfant ». 2019.
https://naitreetgrandir.com/fr/etape/1_3_ans/viefamille/fiche.aspx?doc=parler-sexualite-enfant.
- Niedderer, Kristina, Stephen Clune, Geke Ludden, Stephen Clune, et Geke Ludden. 2017. *Design for Behaviour Change : Theories and Practices of Designing for Change*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315576602>.
- Noël, Guillermina. 2020. « We All Want High-Quality Design Education: But What Might That Mean? » *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, Design Education. Part I, 6 (1): 5-12. <https://doi.org/10.1016/j.sheji.2020.02.003>.
- Ordre des infirmières et infirmiers du Québec. 2015. « Code de déontologie des infirmières et infirmiers : Au nom de la santé des Québécois », 24.
- Ordre des médecins du Québec. s. d. « Code de déontologie des médecins », 19.
- Paillé, Pierre, et Alex Mucchielli. 2012. « Chapitre 3 - L'être essentiel de l'analyse qualitative ». *U*, 59-84.
- Papanek, Victor J. 1984. *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. 2nd ed., Completely rev.. Chicago, Ill.: Academy Chicago.
- Peltier, Fabrice. 2013. *Le design pour les nuls*. Pour les nuls. Paris: First Editions.
- Peyré, Pierre. 2000. *Compétences sociales et relations à autrui: une approche complexe*. Collection Cognition & formation. Paris: L'Harmattan.
- Poiré, Anne-sophie. 2017. « Démanteler les mythes de la sexualité avec le design ». Nouvelles. Infopresse. 29 septembre 2017. <https://www.infopresse.com/article/2017/9/29/inspq-bifurk>.
- Pontisa, Sheila, et Karel Van der Waarde. 2020. « Looking for Alternatives: Challenging Assumptions in Design Education ». *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation* 6 (2): 228-53. <https://doi.org/10.1016/j.sheji.2020.05.005>.
- Powell, James. 1986. « Design Methodology: Ed. Cross, N. 'Developments in Design Methodology', John Wiley, Chichester, UK (1984) 368 Pp £27.50 ». *Design Studies*, Special Issue: the design coalition team, 7 (3): 174. [https://doi.org/10.1016/0142-694X\(86\)90055-4](https://doi.org/10.1016/0142-694X(86)90055-4).
- Proulx, Sébastien. 2015. « Rendre possible l'engagement en familiarité dans les CHSLD. Les savoir-être d'une pratique de design centrée sur l'utilisateur ». Thèse post-doctorale. Université de Montréal.

- Pruitt, John, et Jonathan Grudin. 2003. « Personas: Practice and Theory ». Dans *Proceedings of the 2003 Conference on Designing for User Experiences - DUX '03*, 1. San Francisco, California: ACM Press. <https://doi.org/10.1145/997078.997089>.
- Ramsey, Grant. 2013. « Culture in Humans and Other Animals ». *Biology & Philosophy* 28 (3): 457-79. <https://doi.org/10.1007/s10539-012-9347-x>.
- Raphael, Dennis. 2012. « Latest OECD Figures Confirm Canada as a Public Health Laggard ». *Canadian Journal of Public Health* 103 (6): e425-7.
- RIOCM. 2014. « Rapport sur le sous-financement des organismes de Montréal : plusieurs groupes menacés de fermeture ». *RIOCM* (blog). 6 novembre 2014. <http://www.riocm.ca/rapport-financement-organismes-montreal-plusieurs-groupes-menaces-fermeture/>.
- Rippon, Max. 2006. *Sex Design*. New York: Collins Design, an imprint of HarperCollins.
- Safin, Stéphane, Françoise Détienne, Jean-Marie Burkhardt, Anne-Marie Hébert, et Pierre Leclercq. 2019. « The interplay between quality of collaboration, design project evolution and outcome in an architectural design studio ». *CoDesign* 0 (0): 1-18. <https://doi.org/10.1080/15710882.2019.1699935>.
- Santé et services sociaux du Québec. 2017. « À bien y penser ». À bien y penser. 2017. <http://itss.gouv.qc.ca/>.
- . 2018. « Responsabilités professionnelles et légales - Codes de déontologie ». Gouvernement. Santé et services sociaux du Québec. 29 novembre 2018. <http://www.msss.gouv.qc.ca/professionnels/vaccination/piq-responsabilites-professionnelles-et-legales/codes-de-deontologie/>.
- Scheffler, Israel. 2003. *Le Langage de l'éducation*. <https://www.klincksieck.com/livre/746-le-langage-de-l-education>.
- Schön, Donald A. 1983. *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action*. New York: Basic Books.
- Serpell, Robert. 1976. *Culture's Influence on Behaviour*. Essential Psychology ; C4. London: Methuen.
- SEXURL. 2018. « «Réfléchir à ça!» par SexURL. Le sexe? Éducation sexuelle par capsule! » 2018. <http://reflechiraca.co/>.
- Sless, David. 2012. « Design or “« Design »” - Envisoning a future design éducation ». *Visible Language*, 2012.
- Slimani, K., C. Ferreira Da Silva, L. Médini, et P. Ghodous. 2006. « Conflict mitigation in collaborative design ». *International Journal of Production Research* 44 (9): 1681-1702. <https://doi.org/10.1080/00207540500445198>.
- Steve Mulder et Ziv Yarr. 2007. « Approaches to creating personas ». Dans *The User is Always Right: A Practical Guide to Creating and Using Personas for the Web*, Voices that matter. California: New Riders. <https://read.amazon.ca/kp/embed?preview=newtab&linkCode=kpp&asin=B0058NWP9S&tag=bing08-20&amazonDeviceType=A2CLFWBIMVSE9N>.
- Sudin, M.N., Saema Ahmed-Kristensen, et Mogens Andreasen. 2010. « The role of a specification in the design process: A case study ». *11th International Design Conference, DESIGN 2010*, janvier.

- Tamara Adlin et John Pruitt. 2010. « Persona Adulthood ». Dans *The Essential Persona Lifecycle: Your Guide to Building and Using Personas*, 115-61. Elsevier.
<https://doi.org/10.1016/C2009-0-62475-2>.
- Tel-jeunes. 2019. « Sexualité ». Informatif. <https://www.teljeunes.com/Tel-jeunes/Tous-les-themes/Sexualite>.
- Terré, François, éd. 2009. *Être humain. Écritures/figures*. Paris: Galilée.
- Texte collectif. 2017. « Pour en finir avec les demi-vérités sur le financement des organismes communautaires ». *Le Devoir*, 2017, sect. Actualités en société.
<http://www.ledevoir.com/societe/actualites-en-societe/492337/pour-en-finir-avec-les-demi-verites-sur-le-financement-des-organismes-communautaires>.
- Tremblay, Marie-Claude. 2013. « Évaluation d'un programme de développement professionnel en santé publique Le Laboratoire de promotion de la santé ». Ph.D., Ann Arbor, United States.
<https://search.proquest.com/docview/1591970442/abstract/1B872B47F8B7475EPQ/1>.
- Tsui, Bonnie. 2017. « The Aging Advantage ». *Pacific Standard*. 14 juin 2017.
<https://psmag.com/social-justice/the-aging-advantage>.
- Tylor, Edward Burnett. 2010. *Primitive Culture: Researches Into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*. Cambridge University Press.
- Van Bockstaele, Maria, et Pierrette Schein. 1971. « Limites des négociations et négociation des limites ». *Sociologie du travail* 13 (1): 1-24. <https://doi.org/10.3406/sotra.1971.1718>.
- Wansink, Brian, et Koert van Ittersum. 2013. « Portion Size Me: Plate-Size Induced Consumption Norms and Win-Win Solutions for Reducing Food Intake and Waste ». *Journal of Experimental Psychology. Applied* 19 (4): 320-32. <https://doi.org/10.1037/a0035053>.
- Webber, Max. 1995. *Économie et société*. Pocket. Vol. 1. 2 vol. Agora. Les classiques. Paris: Agora.
- World Design Organisation. 2019. « Definition of Industrial Design ». 2019.
<https://wdo.org/about/definition/>.
- . 2020. « Designers Wanted for COVID-19 Project ». *Good Design*. 25 mars 2020.
<https://good-design.org/designers-for-covid-19/>.
- World health organization. 2021. « WHO | Gender and human rights ». WHO. World Health Organization. 2021.
https://www.who.int/reproductivehealth/topics/gender_rights/sexual_health/en/.
- Yee, Joyce, Emma Jefferies, et Lauren Tan. 2013. *Design transitions*. Amsterdam: BIS Publishers.
- Zahedi, Mithra, et Lorna Heaton. 2017. « A Model of Framing in Design Teams ». *Design and Technology Education* 22 (2): 18.
- Zahedi, Mithra, Virginie Tessier, et Dave Hawey. 2017. « Understanding Collaborative Design Through Activity Theory ». *The Design Journal* 20 (sup1): S4611-20.
<https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1352958>.
- Zannettou, Savvas, Michael Sirivianos, Jeremy Blackburn, et Nicolas Kourtellis. 2019. « The Web of False Information: Rumors, Fake News, Hoaxes, Clickbait, and Various Other Shenanigans ». *Journal of Data and Information Quality* 11 (3): 1-37.
<https://doi.org/10.1145/3309699>.
- Zeidler, Maryse. 2019. « Chlamydia, Syphilis Rates Increase in Canada — and Experts Say Declining Condom Use Is Partly to Blame ». *CBC News*. 14 juillet 2019.
<https://www.cbc.ca/news/canada/british-columbia/world-sti-hiv-congress-1.5209028>.

Littérature grise

- Aime-toi.ca. 2019. « Où trouver des condoms ». Aime-toi.ca. 2019. <https://aime-toi.ca/>.
- Archambault, Héroïse, et Hugo Duchaine. 2017. « Beaucoup de pensée magique dans les comportements sexuels ». TVA Nouvelles. 20 septembre 2017. <https://www.tvanouvelles.ca/2017/09/20/beaucoup-de-pensee-magique-dans-les-comportements-sexuels>.
- Bergamin, Edoardo. 2012. « Bello e altruista: è il design sociale ». *Italic news*, septembre, 1.
- Biography.com. 2014. « Trayvon Martin ». The Biography.Com. 2 avril 2014. <https://www.biography.com/crime-figure/trayvon-martin>.
- « Black Lives Matter ». s. d. « About ». Fondation. Black Lives Matter. Consulté le 14 décembre 2020. <https://blacklivesmatter.com/about/>.
- CBC News. 2019. « “Alarming” Increase in Sexually Transmitted Infections Found across Canada ». CBC News. 1 août 2019. <https://www.cbc.ca/news/health/sti-rates-canada-1.5230987>.
- Labelle, Alain. 2019. « Des faiblesses du VIH révélées | Sida : sur les traces d’une pandémie ». Radio-Canada.ca. 11 avril 2019. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1163804/vih-1-enveloppe-anticorps-vulnerabilite-faiblesses-imagerie>.
- Locas, Marie-Chantal. 2014. « Les conséquences du sous-financement sur les organismes communautaires montréalais ». *RIOCM* (blog). 2014. <http://www.riocm.ca/bulletin/les-consequences-du-financement-les-organismes-communautaires-montrealais/>.
- Mazaurette, Maya. 2017. « Sexualité des personnes âgées : le grand tabou ». *Le Monde*, 29 janvier 2017. https://www.lemonde.fr/m-perso/article/2017/01/29/la-sexualite-des-personnes-agees-futur-anterieur_5070834_4497916.html.
- Mercure, Philippe. 2019. « Attaquer le VIH à coups d’ouvre-boîte ». *La Presse*, 10 avril 2019. <https://www.lapresse.ca/actualites/sciences/201904/10/01-5221625-attaquer-le-vih-a-coups-douvre-boite.php>.
- Monnier, Anne. 2017. « Le design thinking pour aider à changer de regard sur le vieillissement ». LinkedIn. 22 juillet 2017. <https://www.linkedin.com/pulse/le-design-thinking-pour-aider-%C3%A0-changer-de-regard-sur-anne-monnier>.
- Ordre des infirmières et infirmiers du Québec. 2015. « Code de déontologie des infirmières et infirmiers : Au nom de la santé des Québécois », 24.
- Ordre des médecins du Québec. s. d. « Code de déontologie des médecins », 19.
- Peltier, Fabrice. 2013. *Le design pour les nuls*. Pour les nuls. Paris: First Editions.
- RIOCM. 2014. « Rapport sur le sous-financement des organismes de Montréal : plusieurs groupes menacés de fermeture ». *RIOCM* (blog). 6 novembre 2014. <http://www.riocm.ca/rapport-financement-organismes-montreal-plusieurs-groupes-menaces-fermeture/>.
- Rippon, Max. 2006. *Sex Design*. New York: Collins Design, an imprint of HarperCollins.
- Texte collectif. 2017. « Pour en finir avec les demi-vérités sur le financement des organismes communautaires ». *Le Devoir*, 2017, sect. Actualités en société. <http://www.ledevoir.com/societe/actualites-en-societe/492337/pour-en-finir-avec-les-demi-verites-sur-le-financement-des-organismes-communautaires>.

Zeidler, Maryse. 2019. « Chlamydia, Syphilis Rates Increase in Canada — and Experts Say Declining Condom Use Is Partly to Blame ». CBC News. 14 juillet 2019.
<https://www.cbc.ca/news/canada/british-columbia/world-sti-hiv-congress-1.5209028>

Annexe I

Affiche promotionnelle de la charrette



Pizza offerte

Intimité et design

Santé | Plaisir | Relations

Charrette

**Le design au service de la communauté :
l'innovation dans la prévention des pratiques
sexuelles à risque.**

Un atelier d'idéation proposé dans le cadre d'une recherche
à la M.Sc.A. en Design et complexité (DESCO).

***500\$
en prix**

Si vous êtes un groupe d'étudiants préoccupés
par les problèmes de santé publique causés par les pratiques
sexuelles à risque venez participer à cette journée d'idéation!
*Les prix seront offerts sous la forme de bourses d'étude.

**28 Avril
9h à 17h**

Des données de recherche seront collectées lors de la charrette par le biais d'enregistrements
audio et de preneurs de notes. Les données seront par la suite codifiées afin de préserver
l'anonymat des participants. Nous demandons aux participants de travailler dans le local dédié
au projet.

Partenaires

Université
de Montréal

design|société

in fieri
POUR L'INNOVATION
RESPONSABLE
EN SANTÉ

