

Chapitre 2 : Méthodes de recherche et collecte de données

Ce chapitre abordera la phase méthodologique. Celle-ci consiste à préciser comment le problème à l'étude va être résolu. Elle concerne tout le plan de travail qui dictera les activités à mener pour faire aboutir la recherche. Les considérations d'ordre méthodologique ont pour but de permettre de recueillir toutes les informations utiles afin de résoudre le problème à l'étude grâce à une vérification empirique. Le travail de l'observation passe par la réponse à trois questions: Observer quoi ? Observer qui ? Observer comment ?

Observer quoi ? : De quelles données le chercheur aura-t-il besoin pour tester ses hypothèses ? Sur quoi portera l'observation des tests empiriques ? Quels sont les faits auxquels seront confrontées les hypothèses ou qui sont susceptibles

Observer qui ou sur qui ? : On peut collecter des informations auprès de personnes individuelles, auprès de groupes, de collectivités grâce à des instruments appropriés. Ainsi, avant de procéder au choix d'un mode d'investigation, il faut au préalable déterminer qui va être observé. Quelle entité concrète ?¹

I- Méthodologie de l'étude qualitative

L'étude qualitative définie en référence ou en opposition à la recherche quantitative. L'étude qualitative ne cherche pas à quantifier ou à mesurer, elle consiste le plus souvent à **recueillir des données verbales** permettant une

¹ N'DA, P. (2015). *Recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines : Réussir sa thèse, son mémoire de master ou professionnel, et son article*, L'Harmattan, Paris

démarche interprétative. Les études qualitatives visent à expliquer en profondeur un comportement, une attitude, par des méthodes non-directives sur des petits échantillons.

La méthodologie de l'étude qualitative comporte ces principales étapes :²

- **Constitution de l'échantillon**

La première étape consiste à préparer l'étude. Il s'agit d'identifier la nature du problème afin de déterminer de façon précise l'objet de l'étude. Chaque information ayant un coût, il est important à ce stade de s'assurer que l'objectif de l'étude est réalisable compte tenu du budget attribué. C'est à ce stade de l'enquête que l'on détermine 2 éléments essentiels à la réalisation de l'étude qualitative : l'échantillon et le guide d'entretien. L'échantillon sera alors déterminé de façon à pouvoir satisfaire l'objectif de l'étude.

Dans le cadre d'une enquête qualitative, l'échantillon comporte un petit nombre d'individus (15 à 20), qui présentent des profils variés, afin de pouvoir dresser un portrait le plus exhaustif possible du problème étudié.

- **Mise au point du guide d'entretien**

Le guide s'articule autour de cinq ou six points ou thèmes à aborder et approfondir. Les thèmes ne sont pas des questions ouvertes. Ce sont des points qui devront être abordés par le répondant lors de l'entretien. Tous les thèmes du guide devront être abordés par le répondant lors de l'entretien, mais dans l'ordre le plus adapté à son discours.

L'introduction de l'entretien est une étape cruciale du guide. Elle vise à installer le contexte de l'interview, à placer l'interviewé dans une situation

² BOUNGAB Souad (2016), Méthodologie de recherche scientifique, cours Ecole Nationale de Commerce et de Gestion de Tanger.

de confiance et à lancer le discours. On privilégie généralement les consignes descriptives du type : « racontez-moi

- **La réalisation des entretiens**

La deuxième étape consiste en la réalisation de l'étude. Le rôle des enquêteurs est alors crucial : ce sont eux qui doivent inciter le répondant à se livrer librement, sans influencer son discours. En effet, le déroulement de ce type d'entretien repose sur les principes de la non-directivité : il s'agit de recueillir le discours de la personne interrogée sans en influencer le contenu.

Les 2 principes de la NON-DIRECTIVITE conduisent l'interviewer à adopter

1. Une attention positive inconditionnelle de l'interviewé.
2. Une attitude empathique qui consiste à comprendre le cadre de référence de l'interviewé et son raisonnement.

Dans la pratique, les entretiens sont très généralement semi-structurés : on structure le discours du répondant en lui suggérant d'aborder les thèmes du guide d'entretien, c'est-à-dire les thèmes identifiés au préalable comme pouvant jouer un rôle dans le problème étudié.³

Concrètement, le rôle de l'interviewer est de renvoyer à l'interviewé(e) le contenu de son propre discours pour qu'il devienne de plus en plus approfondi. Il doit donc : - synthétiser ce qui a été dit, - relancer le discours.

- **L'analyse de contenu**

L'analyse de contenu consiste à inférer du discours de l'interviewé les éléments de réponse à la problématique. Cette analyse se déroule en 2 temps. Dans un premier temps, on répertorie, interview par interview,

³ Cela peut faire penser au travail d'un journaliste qui souhaite comprendre la démarche artistique de son invité et qui pour cela répertorie au préalable de l'interview, dans un guide d'entretien, les thèmes pouvant être à la source de son inspiration et dont il souhaite parler avec lui : son enfance, son pays, sa culture, ses rencontres, ses passions.... Le journaliste laissera son invité s'exprimer comme il le souhaite sur sa démarche artistique, mais lui suggèrera d'aborder les différents thèmes du guide d'entretien si celui-ci ne le fait pas spontanément

l'ensemble des thèmes abordés par chacun des répondants (on réalise les « monographies » de chaque interview). Puis, on liste l'ensemble des thèmes abordés par les répondants et de les regrouper par famille, par thèmes plus généraux. Enfin, il s'agira de réaliser une analyse transversale des thèmes et des individus dans un grand tableau : pour chaque thème (en lignes), on reprend les verbatim cités par les répondants (en colonne) ayant abordé ce thème.

II- Méthodologie de l'étude quantitative

Les études empiriques quantitatives sont soit :

- Un recensement : c'est une étude quantitative ponctuelle qui consiste à interroger l'ensemble de la population et non un échantillon. Toute cette technique est utilisable quand le nombre de personnes étudiées est limité.
- Un sondage : c'est une étude quantitative ponctuelle un nombre limité de personne (un échantillon) à l'aide d'un questionnaire.

Pour élaborer une étude empirique quantitative on suit le processus suivant :

Le plan de sondage : consiste à identifier précisément la population étudiée, afin de déterminer les caractéristiques requises pour l'échantillon de l'étude. La qualité de l'étude quantitative repose sur la qualité de l'échantillon étudié.

Plusieurs méthodes d'échantillonnage sont possibles.

1. Elaboration et test du questionnaire

La structure d'un questionnaire doit respecter plusieurs points afin de faciliter sa compréhension par le répondant et son implication dans les réponses. :

- **L'en-tête** : il présente brièvement l'étude et doit inciter le répondant à répondre correctement aux questions

- **La question filtre** : elle permet de s'assurer que le répondant répond aux critères de sélection de l'échantillon ou alors **la technique de l'entonnoir** : on part des questions les plus générales aux questions portant sur les points les plus particuliers
- **La position des questions impliquant** : elles nécessitent toute l'attention du répondant. C'est pourquoi elles ne doivent pas arriver trop tôt dans le questionnaire et attendre que le répondant est bien dans le sujet, mais pas trop tard pour éviter un effet de lassitude chez le répondant.
- **La logique des blocs de questions** : les questions abordant le même thème doivent être posées à la suite.
- **Les questions signalétiques ou d'identification**

Plusieurs biais doivent impérativement être évités afin d'assurer la qualité de l'enquête :

→ Les biais de formulation des questions :

- utilisation de termes peu familiers ou techniques
- utilisation de termes vagues, imprécis, ambigus
- formulation de questions trop longues
- structure de question trop complexe et trop difficile à comprendre (avec des propositions complexes par exemple).

→ Les biais de réponse chez les répondants :

- **Réponse est induite dans la question.**
- **Mémorisation** : un biais de mémorisation se produit lorsque le répondant cherche à se souvenir des réponses qu'il a données aux questions précédentes pour les homogénéiser. La spontanéité des réponses et les incohérences inhérentes à tout comportement sont alors masquées.

- **Valorisation** : un biais de valorisation a lieu lorsque le répondant répond aux questions dans l'optique de se valoriser et de décrire un comportement « idéal »
- **Acquiescement** : lorsque le répondant est systématiquement d'accord avec les questions et qu'ils valorisent toutes ces réponses de façon identique.

2. Méthode de recueil des données

Le choix de la méthode de recueil des données doit être faite en fonction de plusieurs éléments d'arbitrage : la longueur du questionnaire, la qualité de l'échantillon, la qualité des réponses, la compétence des enquêteurs.

Les enquêtes peuvent être réalisées : A domicile ou sur le lieu de travail, Dans la rue, Par correspondance, Par téléphone, Par Internet.

3. Analyse des données

L'analyse des données recueillies dans le cadre d'une étude quantitative repose sur des traitements statistiques. Il s'agit de calculer des indicateurs sur l'échantillon étudié et de les extrapoler par des méthodes statistiques.

III- L'échantillonnage

Un échantillon est un sous-ensemble d'éléments (individus, objets ou situations) extraits d'une population de référence qu'ils sont censés représenter. L'échantillonnage – nom de cette opération de sélection – permet de décrire l'ensemble de la population étudiée à partir des seuls éléments sélectionnés.

La population : C'est une collection d'individus (un ensemble d'unités élémentaires) (une personne, un groupe, une ville, un pays) qui partagent des caractéristiques communes précises par un ensemble de critères (l'étendue de l'âge, le sexe, la scolarité, le revenu, etc.)

Les techniques d'échantillonnage en recherche qualitative : Les études menées dans une approche qualitative sont faites à partir d'échantillons de petite taille. Une préoccupation est celle de leur non- représentativité. Il apparaît plus judicieux en recherche qualitative d'avoir un échantillon non probabiliste mais approprié. Des sujets sélectionnés, parce que disposant de savoir et d'expérience, susceptibles de fournir des données valides et complètes, sont plus utiles que la question peu productive de leur représentativité. Il est important que ces personnes sélectionnées, motivées, soient capables de témoigner de leur expérience et de décrire ce qui intéresse le chercheur. Dans ce cas, on parle **d'échantillonnage théorique** (Glaser, 1978), c'est-à-dire cumulant des cas variés, représentant les diverses caractéristiques que peut prendre un phénomène ou une situation. Ici l'échantillonnage ne se fonde pas sur les statistiques : il s'agit plutôt de rassembler parmi les participants d'une étude les propriétés concrètes d'un groupe ou d'une situation.

Les techniques d'échantillonnage en recherche quantitative : Il n'est pas toujours possible ni nécessaire d'étudier toute la population (que ce soient des étudiants, des électeurs ou des boîtes d'ananas sortant d'une usine) pour bien la connaître. On peut recueillir les informations utiles sur une fraction (*échantillon*) de l'ensemble (*population*) pour procéder à des généralisations. On parle **d'échantillon représentatif** lorsqu'il est question **de recueillir une image globalement conforme à celle qui serait obtenue en interrogeant l'ensemble de la population.**⁴ L'échantillon représentatif est une réplique en miniature de la population cible, avec ses caractéristiques.⁵

Plusieurs étapes de la planification d'une enquête reposent avant tout sur une bonne compréhension des besoins des utilisateurs de l'information et une bonne

⁴ la représentativité d'un échantillon est fonction de sa taille, de la fiabilité et de la précision de la base de sondage et de la rigueur du protocole de recueil des informations. Mais c'est la représentativité statistique des sondages qu'évoque surtout le mot, représentativité dont la mesure se fonde sur la loi des grands nombres et le calcul des probabilités et suppose donc une procédure de sondage aléatoire.

⁵ Voir **Jean-Claude Combessie IV. Sondages, échantillons**, Dans **La méthode en sociologie (2007)**, pages 45 à 54. Disponible sur : <https://www.cairn.info/la-methode-en-sociologie--9782707152411-page-45.htm>

connaissance des étapes à suivre pour réaliser l'enquête. L'une des premières étapes qui nécessitent en plus des connaissances de la statistique mathématique est l'échantillonnage, c'est-à-dire la méthode utilisée pour sélectionner un échantillon de la population visée. Il y a plusieurs méthodes d'échantillonnage possibles et la méthode choisie aura un impact direct sur l'exactitude des statistiques produites.

1. L'échantillonnage probabiliste

Il fait référence à **la sélection d'un échantillon d'une population d'une façon ou aléatoire**. Il est plus **complexe**, plus long à mettre en œuvre et habituellement plus dispendieux que l'échantillonnage non probabiliste. Toutefois, **il permet de produire des estimations fiables et de faire des inférences statistiques au sujet de la population**.⁶

Il existe plusieurs méthodes d'échantillonnage probabiliste. Le choix d'un type d'échantillonnage repose sur plusieurs facteurs comme la précision des estimations désirée, la nature de la population d'intérêt, l'information connue sur cette population de même que des contraintes opérationnelles.

1.1 Échantillonnage aléatoire simple

Dans un **échantillonnage aléatoire simple (EAS)**, chaque unité d'échantillonnage de la population **a une chance égale d'être incluse dans l'échantillon**. L'avantage de cette technique tient au fait qu'**elle n'exige pas d'autres données dans la base de sondage** que la liste complète des membres de la population observée et l'information pour les contacter. De plus, puisque l'EAS est une méthode simple et que la théorie qui la sous-tend est bien établie, il existe des formules types pour déterminer la taille de l'échantillon, les estimations, etc., et ces formules sont faciles à utiliser.

⁶ <https://www150.statcan.gc.ca/n1/edu/power-pouvoir/ch13/prob/5214899-fra.htm>

Cependant, l'EAS nécessite une liste de toutes les unités de la population. Si cette liste n'existe pas déjà, il peut être trop dispendieux ou même irréaliste d'en créer une pour de grandes populations.

1.2 Échantillonnage systématique

L'échantillonnage systématique signifie qu'il existe un écart, ou un intervalle, entre chaque unité sélectionnée dans l'échantillon. Cette méthode est souvent utilisée dans l'industrie, où l'on sélectionne une unité pour des essais dans une chaîne de production afin de s'assurer que la machinerie et l'équipement sont d'une qualité uniforme.

1.3 Échantillonnage stratifié

Lorsque l'on utilise l'échantillonnage stratifié, on divise la population en groupes homogènes appelés strates qui sont mutuellement exclusifs, puis on sélectionne dans chaque strate des échantillons indépendants. N'importe laquelle des méthodes d'échantillonnage peut être utilisée pour sélectionner l'échantillon à l'intérieur de chaque strate. Toute variable pour laquelle on dispose d'une valeur pour la totalité des unités incluses dans la base de sondage (comme l'âge, le sexe, la province de résidence, le revenu, etc.) peut être utilisée pour mettre en œuvre la stratification.

L'objectif de la création des strates étant que leur utilisation peut rendre la stratégie d'échantillonnage plus efficace. Un autre avantage est que l'échantillonnage stratifié assure d'obtenir une taille d'échantillon suffisante pour des sous-groupes d'intérêt de la population. Étant donné que chaque strate devient une population indépendante, une taille d'échantillon est déterminée pour chacune d'entre elles.

2 . L'échantillonnage non probabiliste

C'est une méthode qui consiste à sélectionner des unités dans une population en utilisant une méthode subjective (non aléatoire). Comme l'échantillonnage non

probabiliste ne nécessite pas de base de sondage complète, **c'est un moyen rapide, facile et peu coûteux** d'obtenir des données. Cependant, pour pouvoir tirer des conclusions sur la population à partir de l'échantillon, **il faut supposer que l'échantillon est représentatif** de la population. Les méthodes d'échantillonnage non probabilistes couramment utilisées sont les suivantes.

2.1 Échantillonnage de commodité

Les unités sont sélectionnées de manière arbitraire, avec peu ou pas de planification. L'échantillonnage de commodité présume que les unités de la population sont toutes semblables, et que n'importe quelle unité peut être choisie pour l'échantillon. Un exemple d'échantillonnage de commodité est l'enquête de type vox pop, où **l'enquêteur sélectionne une personne qu'il croise dans la rue.** Malheureusement, à moins que les unités de population ne soient vraiment similaires, la sélection est sujette aux biais de l'enquêteur et de quiconque passe par là au moment de l'échantillonnage.

2.2 Échantillonnage par quotas

Il s'agit de l'une des formes les plus courantes d'échantillonnage non probabiliste. L'échantillonnage est effectué jusqu'à ce qu'un nombre déterminé d'unités (quotas) pour diverses sous-populations soient sélectionnées. L'échantillonnage par quotas **est un moyen de satisfaire les objectifs de taille d'échantillon pour les sous-populations. Les quotas peuvent être basés sur les proportions de la population.** L'échantillonnage par quotas peut être considéré comme préférable à d'autres formes d'échantillonnage non probabilist, car il oblige à inclure des membres de sous-populations différentes.

L'échantillonnage par quotas **ressemble quelque peu à l'échantillonnage stratifié, qui est un échantillonnage probabiliste, en ce sens que des unités similaires sont regroupées. Cependant, il diffère par la façon dont les unités sont sélectionnées.** Dans l'échantillonnage probabiliste, **les unités sont sélectionnées de manière**

aléatoire, tandis que dans l'échantillonnage par quotas, une méthode non aléatoire est utilisée. Les études de marché utilisent souvent l'échantillonnage par quotas (en particulier pour les enquêtes téléphoniques) au lieu de l'échantillonnage stratifié pour faire enquête auprès de citoyens ayant des profils socio-économiques particuliers. En effet, comparé à l'échantillonnage stratifié, l'échantillonnage par quotas est relativement peu coûteux, facile à administrer et présente la propriété souhaitable de satisfaire les proportions de la population.

2.3 Échantillonnage boule de neige ou de réseaux : consiste à choisir un noyau d'individus (des personnes considérées comme influentes, par exemple), noyau auquel sont ajoutés tous ceux qui sont en relation (d'affaires, de travail, d'amitié, etc.) avec eux, et ainsi de suite. Il est possible alors de dégager le système de relations existant dans un groupe qu'un échantillon probabiliste ne peut permettre de découvrir.

2.4 Un échantillon de convenance est un échantillon choisi lors d'une étude pour des raisons pratiques d'accessibilité et de coût plutôt que basé sur une rigueur méthodologique et une volonté d'assurer statistiquement une représentativité. Le choix d'un échantillon de convenance peut parfois nuire à la possibilité de généralisation des résultats obtenus car l'échantillon de convenance n'est pas toujours un échantillon représentatif.

IV. Le plan d'analyse des données

Une fois les informations recueillies, il est nécessaire de les traiter, et de les analyser. Le travail d'analyse demande beaucoup d'attention et de rigueur. Il faut savoir d'avance, en fonction des méthodes et techniques utilisées, si on fera une analyse qualitative des données ou une analyse quantitative ou si on fera l'une et l'autre. Il y a lieu d'indiquer les logiciels auxquels on a recours.⁷

1- L'analyse qualitative des données

⁷ N'DA, P. (2015). *Recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines : Réussir sa thèse, son mémoire de master ou professionnel, et son article*, L'Harmattan, Paris

La recherche qualitative s'attache à rechercher **le sens et les finalités de l'action** humaine et des phénomènes sociaux. Le modèle d'analyse qualitative se concentre sur les données recueillies à partir d'entretiens, d'observations, d'études de cas, de textes, etc. En général **le traitement des documents textuels porte sur les thèmes (analyse thématique ou analyse de contenu) ou/et sur les modes d'expression (mots, expressions, stratégies d'exposition, associations de thèmes, évolution des manières de dire, etc.)**. L'effort d'analyse portera sur le sens que contient le matériel, sur l'essence des phénomènes, sur **leur nature intrinsèque, sur la signification que les êtres humains en donnent**. L'effort résidera dans une **démarche inductive, ayant pour but de construire une théorie des phénomènes complexes, à partir des régularités observées**, à partir des **données recueillies** et non en fonction d'une théorie existante?

2. L'analyse quantitative (ou statistique) des données

On distingue deux types de statistiques : les statistiques de type descriptif⁸ et les statistiques de type explicatif ou inférentiel.

2.1 - Les statistiques descriptives

Elles comprennent : les tableaux de distribution de fréquence ou tableaux de distribution des données, les représentations graphiques des données, les mesures de tendance et les mesures de dispersion.

- Les tableaux de distribution des données

Les tableaux permettent de déterminer de quelle façon les données relatives à une variable **se distribuent**. Ainsi, à chaque donnée de la variable le chercheur pourra faire correspondre sa **fréquence absolue**, c'est-à-dire le nombre de fois où cette même donnée apparaît dans la distribution. La fréquence absolue peut également s'exprimer en termes de proportion ou de pourcentage de données. On réfère alors à la **fréquence relative**.

⁸ La statistique descriptive est utile parce qu'elle permet de regrouper des données, donc de les organiser, les structurer pour les analyser afin de répondre à la question de recherche et à l'hypothèse formulée

- *Les représentations graphiques des données*

Le **diagramme en bâtons** pour illustrer une distribution de données porte sur une *variable discrète*. L'**histogramme** est utilisé pour représenter la distribution des valeurs groupées (les classes) d'une *variable continue*. Le **polygone de fréquences** (ou **courbe**), dérivé de l'histogramme, relie le point milieu de chacun des intervalles de classes par un segment de droite.

- **Les mesures de tendances centrales**

On a la **moyenne arithmétique** bien connue. Le **mode** est la valeur qui revient le plus souvent dans une distribution. Le **médiane** représente la valeur d'une distribution de données qui divise cette dernière en deux parties égales, c'est-à-dire qu'environ 50% des données sont inférieures à la valeur médiane et environ 50% sont supérieures à celle-ci.

- Les mesures de dispersion

L'**étendue** permet de déterminer la distance qui sépare les valeurs maximale et minimale d'une distribution de données. L'**écart type** est une mesure de dispersion qui reflète le *degré de variabilité* de toutes et de chacune des valeurs ou données *par rapport à la moyenne*.

2.2 - *Les statistiques explicatives ou inférentielles*

Il s'agit d'analyser les relations entre les variables. Et les variables à mettre en relation sont celles qui correspondent aux termes de l'hypothèse.

Les statistiques inférentielles sont des résultats de tests statistiques. Elles cherchent à vérifier la *présence d'un lien de corrélation* ou de *causalité entre une ou des variables explicatives* (variables actives ou indépendantes) et des variables à expliquer (variables dépendantes), à répondre à la question: « X influence-t-elle le comportement de Y? ». Elles cherchent donc à vérifier des hypothèses. Pour analyser la relation entre deux variables, on les «croise» dans un tableau dit «*tableau croisé*», ou «*tableau de contingence*».

Il existe deux grandes classes d'analyses statistiques explicatives ou

inférentielles pour vérifier les liens entre variables:

- les tests paramétriques pour des variables dont la distribution est normale ou gaussienne (par exemple le t de Student pour les échantillons indépendants et pour les échantillons appariés, la corrélation r de Pearson, l'analyse de variance, les analyses de régression, de covariance, etc.);
- les tests non paramétriques, c'est-à-dire ceux qui ne correspondent pas aux critères de normalité, par exemple le test de la médiane, le test du signe, le test de Kendall tau, le test de Krushal-Wallis, le khi deux (X^2).

La statistique inférentielle (relation entre variables) utilisée avec divers types de données permet de tester les hypothèses de liaison, de déterminer les changements observés dans les comportements des sujets, de voir s'ils sont dus à l'effet du traitement ou de l'intervention ou s'ils sont dus au hasard.

3. L'analyse mixte des données

Si l'outil statistique permet d'élucider autant que possible les postulats et hypothèses méthodologiques sur lesquels il repose, il ne dispose pas, en lui-même, d'un pouvoir explicatif. Van Campenhoudt et Quivy (2011 : 205) indiquent : « Il peut décrire des relations, des structures latentes, mais la signification de ces relations et de ces structures ne vient pas de lui. C'est le chercheur qui donne un sens à ces relations par le modèle théorique qu'il a construit au préalable et en fonction duquel il a choisi une méthode d'analyse statistique ». La méthodologie mixte combine la recherche qualitative et la recherche quantitative. Ses données qualitatives et quantitatives sont soumises à une triple analyse, statistique, documentaire (sens et signification des propos) et d'entretien (sens et signification des propos).⁹

V- L'interprétation des principaux résultats

⁹ N'DA, P. (2015). *Recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines : Réussir sa thèse, son mémoire de master ou professionnel, et son article*, L'Harmattan, Paris, p 161.

Dans l'étude quantitative, le chercheur vérifie si les résultats obtenus sont conformes aux questions de recherche posées et aux hypothèses formulées. Par rapport aux hypothèses, il s'agit

- de comparer les résultats obtenus aux résultats attendus dans les hypothèses
- de les comparer aux résultats d'autres études.

Si les résultats obtenus diffèrent des résultats obtenus avec d'autres études ayant porté sur le même phénomène, une analyse des raisons pour lesquelles ces différences existent doit être faite. Par ailleurs, le chercheur pourra tenir compte des circonstances de l'étude pour établir ses comparaisons et justifier la découverte éventuelle d'associations entre des variables. ¹⁰

Dans l'étude qualitative, le chercheur **compare ses matériaux entre eux, les recoupe, en vue d'un contrôle croisé, les compare aussi avec d'autres résultats connus et publiés.** Il essaie ensuite **d'isoler et de définir des concepts qui émergent** des données et apportent un supplément d'explication et de compréhension du phénomène étudié. Il dégage en fait une problématique, en passant des cas singuliers aux questions conceptuelles auxquelles ces cas apportent une réponse. Le chercheur réduit donc le cas à l'ensemble de ses caractéristiques objectives, puis choisit l'une de ces caractéristiques pour orienter la lecture du matériau. Dans une seconde étape, il tente de comprendre les liens logiques entre les questions dégagées. Ce faisant, il verra apparaître des convergences ou des contrastes inattendus qui surgissent de la mise en relation des cas singuliers répondant à la même question conceptuelle.¹¹

¹⁰ Idem, p 188.

¹¹ Idem, p 190.