**Cours VII : La collecte des données**

La collecte des données est une phase primordiale d’un travail de recherche durant lequel l’étudiant récolte des informations qui seront analysées pour confirmer (ou non)des hypothèses de départ et répondre à une problématique.

La collecte des données peut s’effectuer à l’aide de plusieurs techniques et aide le chercheur à comprendre le sujet étudié.

**Techniques de collecte de données**

Pour collecter des données dans une étude empirique, il existe deux types d’études

1. **L’étude qualitative**
2. **L’étude quantitative**

En fonction de son sujet, l’étudiant doit se demander : « Quel type d’étude me permettrait de collecter les données les plus pertinentes, afin de répondre à ma problématique et de tester mes hypothèses ? »

Dans l’étude qualitative, le chercheur peut utiliser l’une ou plusieurs des techniques suivantes

1. **L’observation**

Il existe deux types d’observation

1. **L’observation participante** qui se fait par l’intégration du chercheur dans la vie des personnes observées sans apporter aucun changement à l’environnement, lieu d’observation.
2. **L’observation directe** : c’est une méthode de collecte de données qualitative qui consiste à observer directement sur le terrain la situation sociale que l’on cherche à étudier. Elle consiste à observer des interactions, des processus ou des comportements au fur et à mesure qu’ils se produisent.
3. **L’entretien**

L’entretien est une situation sociale de rencontre et d’échange qui suppose un contact direct entre le chercheur et ses interlocuteurs. Il met en œuvre des processus de communication et d’interaction. Il représente un instrument d’exploration des faits dont le discours est le vecteur principal. Ces faits peuvent concerner aussi bien des représentations que des pratiques. A l’opposé du questionnaire, l’entretien implique qu’il n’y’ait pas de questions préalablement rédigées (même si un guide d’entretien est préparé dans le cadre d’un entretien semi-directif). On distingue entre l’entretien libre et l’entretien semi-directif.

2-a. **L’entretien libre**

C’est un entretien non structuré qui porte sur le problème étudié. Il est réalisé auprès d’un certain nombre de personnes directement impliquées ou concernées par le sujet de recherche sans préparation aucune des questions au préalable. Les objectifs visés sont

* Explorer un terrain inconnu
* Déblayer le terrain pour la réalisation d’une enquête.
* Prévoir les difficultés du terrain.

**Inconvénients**

C’est une technique d’exploration et non pas de vérification des hypothèses.

**2-b. L’entretien semi-directif individuel**

C’est la technique où on utilise un guide d’entretien comportant une série ordonnée de questions ouvertes. Il exige l’élaboration d’un guide d’entretien avec des questions ouvertes et générales qui touchent à tous les aspects du sujet de recherche. Cette technique permet aux personnes interrogées de développer toute association d’idées en référence à la consigne de départ.

**2-c.** **L’entretien semi-directif collectif ou de groupe (focus –group)**

C’est une technique américaine qui consiste à constituer des groupes de 8 à 12 personnes directement concernées par le problème étudié et d’animer une discussion de confrontation des idées et des opinions en s’adressant au groupe et non pas à l’individu à l’aide d’un guide qui comporte un certain nombre de questions ouvertes sur le problème étudié. L’opération doit se répéter avec plusieurs groupes pour dégager les tendances générales. L’enquêteur devient dans ce cas un animateur de groupe où il ne doit pas exprimer ses propres opinions ou prendre position.

Le Focus group est une forme de recherche qualitative qui prend forme au sein d’un groupe spécifique culturel, sociétal ou idéologique afin de déterminer la tendance de ce groupe et son attitude par rapport à un produit, un service, un concept ou de notices.

L’objectif des focus est de faire réagir les personnes invitées, constituées en groupes homogènes selon le sexe, le statut matrimonial, l’âge, l’espace de résidence rural ou urbain. Il s’agira à partir de questions générales, de faire émerger de nouvelles idées suite aux interactions des membres participants et d’évaluer ce qui fait consensus et ce qui fait divergence.

L’animateur a pour rôle fondamental de faire parler, faire réagir. Il nous importe d’identifier ce qui a changé dans le phénomène étudié et leurs visions de l’avenir. C’est dans l’échange et les interactions que se situe l’intérêt.

* **Avantages :** la confrontation des idées et des opinions permet d’éclairer le chercheur sur les motivations des uns et des autres.
* **Inconvénients :** Difficulté de réunir dans un même endroit des individus différents par leurs caractéristiques (âge, poste de travail, niveau d’instruction, genre, etc) qui acceptent de contribuer librement au débat autour du sujet étudié.

Dans la **recherche quantitative**, le chercheur utilise la méthode du questionnaire

* **Le questionnaire** consiste à poser à un ensemble de répondants, le plus souvent représentatif d’une population, une série de questions relatives à leur situation sociale, professionnelle ou familiale, à leurs opinions, à leur attitude à l’égard d’options et d’enjeux humains et sociaux
* L’enquête par questionnaire à perspective sociologique vise la vérification d’hypothèses théoriques et l’examen de corrélations que ces hypothèses suggèrent.

Compte tenu du grand nombre de personnes généralement interrogées et du traitement quantitatif des informations qui devra suivre, les réponses à la plupart des questions sont normalement précodées de sorte que les répondants doivent obligatoirement choisir leurs réponses parmi celles qui leur sont formellement proposées.

Le questionnaire est dit d’ **« administration indirecte »** lorsqu’un enquêteur le complète lui-même à partir des réponses qui lui sont fournies par le répondant. Il est dit d’ **« administration directe »** lorsque le répondant le remplit lui-même. Le questionnaire lui est alors remis en main propre, par un enquêteur chargé de donner toutes les explications utiles, ou adressé indirectement par la poste ou par tout autre moyen.

On utilise de plus en plus souvent le téléphone pour ce type d’enquête.

* Objectifs de la méthode

1. La connaissance d’une population en tant que telle : ses conditions et ses modes de vie, ses comportements, ses valeurs et ses opinions.
2. L’analyse d’un phénomène social que l’on pense pouvoir mieux cerner à partir d’informations portant sur les individus de la population concernée. Ex : l’impact d’une politique familiale ou l’introduction de la micro-informatique dans l’enseignement.
3. D’une manière générale, les cas où il est nécessaire d’interroger un grand nombre de personnes et où se pose un problème de représentativité.

**Principaux avantages**

* La possibilité de quantifier de multiples données et de procéder dès lors à de nombreuses analyses de corrélation.
* Le fait que, par cette méthode, l’exigence parfois essentielle de représentativité de l’ensemble des répondants peut être rencontrée. Il faut toutefois souligner que cette représentativité n’est jamais absolue, qu’elle est toujours limitée par une marge d’erreur et qu’elle n’a de sens que par rapport à un certain type de questions, .. celles qui ont un sens pour la totalité de la population concernée.

Les différents types de questions d’un questionnaire de recherche

* Les questions ouvertes, les questions fermées et les questions semi-fermées