

République Algérienne Démocratique et Populaire  
Ministère de L'Enseignement Supérieur et  
De la Recherche Scientifique  
Université Abderrahmane Mira – Béjaia-



Faculté des Lettres et des Langues  
Département de français

Polycopié pédagogique destiné aux étudiants de 1<sup>ère</sup> année Master  
Filière : Français  
Option : Didactique des langues étrangères

**Intitulé**

# **Enquête**

**Elaboré par :**

Dr. BESSAI Bachir

Maître de Conférences « A »

Université de Béjaia

Année universitaire : 2024/2025

## **Objectifs du cours**

Ce cours vise à initier les étudiants aux méthodes et techniques d'enquête dans le domaine des sciences du langage et de la didactique des langues étrangères. Il leur permettra de maîtriser l'ensemble du processus de recherche, depuis la conception du projet jusqu'à la collecte des données. Plus précisément, les étudiants apprendront à :

- Maîtriser les principes fondamentaux de la recherche scientifique et les appliquer lors de la réalisation d'une enquête de terrain.
- Concevoir un projet de recherche structuré et argumenté en lien avec leur domaine d'étude.
- Maîtriser les différentes étapes d'une enquête de terrain, de la préparation à la collecte et à l'analyse des données.
- Sélectionner et utiliser efficacement les outils méthodologiques adaptés aux objectifs de recherche.
- Exploiter les ressources bibliographiques pour enrichir le cadre théorique de l'enquête.
- Évaluer la faisabilité d'une enquête en tenant compte des contraintes de terrain et des obstacles potentiels.
- Élaborer des questionnaires pertinents et bien structurés pour recueillir des données quantitatives fiables.
- Mener des entretiens (directs, semi-directifs, non-directifs) afin de collecter des données qualitatives.
- Comprendre et mettre en œuvre l'observation comme technique d'enquête pour analyser les comportements en contexte naturel.

## **Présentation du cours**

Ce cours est conçu pour accompagner les étudiants de première année master *Sciences du langage* et *Didactique des langues étrangères*, dans toutes les étapes de la réalisation d'une enquête de terrain (mémoires de fin d'études). Il leur permettra d'acquérir une connaissance approfondie des méthodes de recherche, tout en mettant l'accent sur l'application pratique des outils nécessaires à la collecte et à l'analyse des données. En proposant une approche à la fois théorique et pratique, ce cours donne l'occasion aux étudiants de développer les compétences nécessaires pour surmonter les difficultés liées aux enquêtes de terrain.

L'objectif principal de ce cours est de permettre aux étudiants de maîtriser les étapes fondamentales d'une enquête, depuis la préparation jusqu'à la collecte des données, en exploitant aussi bien les approches qualitatives que quantitatives. Une attention particulière est accordée au travail de préparation avant d'entamer une enquête de terrain. Cette préparation comprend la définition claire d'une question de recherche, la sélection du terrain d'enquête approprié, ainsi que la préparation des outils méthodologiques nécessaires à la collecte des données.

Les étudiants apprendront à choisir les outils de collecte les plus adaptés à leurs besoins, que ce soit à travers des enquêtes quantitatives, comme les questionnaires, ou par des approches qualitatives telles que les entretiens et l'observation. Le cours insiste sur la rigueur dans la formulation des questions, le choix d'un échantillon représentatif, ainsi que sur les stratégies de passation des questionnaires. De plus, il permet aux étudiants d'acquérir les compétences nécessaires pour mener des entretiens et recueillir des données qualitatives. Ils découvriront les différentes formes d'entretien, telles que les entretiens directs, semi-directifs et non-directifs, et apprendront à choisir celle qui correspond le mieux aux objectifs de leur recherche. L'accent sera mis sur la préparation du guide d'entretien, la formulation des questions, ainsi que sur la gestion de la relation avec l'interviewé.

Enfin, l'observation est également un élément central dans ce cours. Les étudiants apprendront à utiliser cette méthode pour recueillir des données dans leur contexte naturel. Ils découvriront les outils nécessaires pour mener ce genre d'enquête, tels que les grilles d'observation et les carnets de terrain. En acquérant ces compétences, les étudiants seront en mesure de conduire leurs enquêtes et d'appliquer un regard critique aux données recueillies. Ce cours suivra la chronologie de la démarche de recherche, depuis la formulation de la question de départ jusqu'à la récolte des données. À chaque étape, des astuces et des conseils pratiques seront proposés pour garantir une collecte de données réussie.

# Plan du cours

## Chapitre 1 : Préparation de l'enquête

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| 1. Le choix du thème .....                               | 7  |
| 1.2. Quelques principes du choix du thème .....          | 9  |
| 2. Le choix du terrain d'enquête.....                    | 10 |
| 3. L'importance de la question de départ.....            | 12 |
| 4. Préparer son départ sur le terrain.....               | 16 |
| 4.1. Une bonne culture générale .....                    | 16 |
| 4.2. Des lectures préalables .....                       | 17 |
| 4.2.1. Comment choisir et organiser ses lectures ? ..... | 18 |
| 4.2.2. Où trouver ces textes ?.....                      | 20 |
| 4.2.3. Comment lire ?.....                               | 22 |
| 4.2.4. Qu'est-ce qu'il faut lire ?.....                  | 23 |
| 5. Les entretiens exploratoires .....                    | 24 |

## Chapitre 2 : Méthodes quantitatives

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Le questionnaire.....                                                        | 29 |
| 2. La démarche de constitution d'un échantillon .....                           | 31 |
| 2.1. Les méthodes d'échantillonnage.....                                        | 32 |
| 2.1.1. Échantillonnage aléatoire .....                                          | 32 |
| 2.1.2. Échantillonnage non aléatoire .....                                      | 40 |
| 2.2. Qu'est-ce qu'un échantillon représentatif ? .....                          | 47 |
| 3. La détermination du mode de collecte de données .....                        | 47 |
| 3.1. La passation par l'enquêteur .....                                         | 48 |
| 3.1.1. Le face à face.....                                                      | 48 |
| 3.1.2. L'enquête par téléphone .....                                            | 49 |
| 3.2. Questionnaire auto-administré .....                                        | 50 |
| 3.2.1. Questionnaire autoadministré (remis en mains propres au répondant) ..... | 50 |
| 3.2.2. Questionnaire envoyé par voie postale .....                              | 51 |
| 3.2.3. Questionnaire auto-administré par Internet.....                          | 51 |
| 4. Le choix du format des questions.....                                        | 54 |
| 4.1. Les questions ouvertes .....                                               | 54 |
| 4.1.1. Les formes de questions ouvertes .....                                   | 54 |
| 4.1.2. Les contraintes des questions ouvertes.....                              | 55 |
| 4.1.3. Les avantages des questions ouvertes .....                               | 56 |

|                                                                                   |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.1.4. Les inconvénients des questions ouvertes.....                              | 56  |
| 4.2. Les questions fermées .....                                                  | 57  |
| 4.2.1. Les formes de questions fermées .....                                      | 57  |
| 4.2.2. Les avantages des questions fermées .....                                  | 59  |
| 4.2.3. Les inconvénients des questions fermées.....                               | 60  |
| 4.3. Les questions mixtes .....                                                   | 61  |
| 4.3.1. Les avantages des questions mixtes .....                                   | 61  |
| 4.3.2. Les inconvénients des questions mixtes.....                                | 62  |
| 5. La formulation des questions et des réponses.....                              | 62  |
| <b>Chapitre 3 : Méthodes qualitatives</b>                                         |     |
| 1. L'entretien.....                                                               | 74  |
| 1.1. Qu'est-ce qui différencie l'entretien du questionnaire ? .....               | 74  |
| 1.2. Opter pour quelle technique de recueil de données ? .....                    | 75  |
| 1.3. Choisir un type d'entretien .....                                            | 76  |
| 1.3.1. Les trois principaux types d'entretiens .....                              | 76  |
| 1.3.2. Les autres types d'entretiens .....                                        | 80  |
| 1.4. Quelques repères utiles pour utiliser au mieux la technique d'entretien..... | 84  |
| 1.4.1. Préparer un guide d'entretien .....                                        | 84  |
| 1.4.2. La sélection des participants.....                                         | 85  |
| 1.4.3. Négocier le lieu et le moment de l'entretien .....                         | 88  |
| 1.5. Quelques techniques pour bien conduire un entretien .....                    | 89  |
| 2. L'observation .....                                                            | 92  |
| 2.1. Définition de l'observation et des types d'observation .....                 | 94  |
| 2.1.1. Observation non participante .....                                         | 95  |
| 2.1.2. Observation participante .....                                             | 95  |
| 2.2. Les outils de l'observation .....                                            | 97  |
| 2.2.1. Les grilles d'observation .....                                            | 97  |
| 2.2.2. Le carnet de terrain .....                                                 | 97  |
| 2.2.3. Les supports visuels et iconographiques de l'observation .....             | 97  |
| 2.3. Organisation de l'observation .....                                          | 98  |
| 2.4. Difficultés de l'observation.....                                            | 99  |
| 2.5. Observation des situations didactiques .....                                 | 100 |
| La bibliographie.....                                                             | 102 |

# Chapitre 1 :

## Préparation de l'enquête

La préparation d'une enquête de terrain constitue une étape indispensable dans tout projet de recherche, car elle conditionne la qualité et la fiabilité des résultats obtenus. Une enquête bien préparée repose sur un choix réfléchi du thème, une bonne formulation de la question de départ, une sélection rigoureuse du terrain, ainsi qu'une bonne préparation théorique et méthodologique.

En nous appuyant sur plusieurs ouvrages de méthodologie d'enquête, notamment ceux de *Beaud et Weber* (2003), *Van Campenhoudt, Marquet et Quivy* (2017), *Sauvayre* (2013) et *Lièvre* (2016), nous aborderons, dans ce chapitre, plusieurs éléments essentiels liés au choix d'un thème de recherche et à la préparation d'une enquête de terrain. Tout d'abord, nous définirons les critères fondamentaux qui orientent cette étape, en insistant sur l'importance de choisir un sujet à la fois pertinent et réalisable. Ensuite, nous mettrons en lumière les écueils fréquents auxquels les étudiants peuvent être confrontés, notamment le risque de s'engager dans des sujets trop vastes ou mal définis. L'importance de formuler une question de départ claire et précise sera également abordée dans ce chapitre, en mettant en avant les critères qui permettent de valider cette question afin qu'elle soit à la fois pertinente et opératoire dans le cadre de l'enquête.

Par ailleurs, nous montrerons comment une préparation théorique -fondée sur des lectures préalables- peut fortement aider à cerner l'objet d'étude et à préparer les outils méthodologiques nécessaires. Enfin, nous aborderons la question des entretiens exploratoires, qui jouent un rôle très important dans la définition de la question de départ et aussi dans la préparation au travail de terrain.

## **1. Le choix du thème**

Choisir un thème de recherche constitue une étape importante qui conditionnera l'ensemble du travail qui sera réalisé ultérieurement. Or, ce choix est une source d'hésitation et d'appréhension pour de nombreux chercheurs. Dans tous les cas, le chercheur doit impérativement s'assurer que son sujet de recherche puisse être abordé dans le cadre d'une enquête de terrain. Il est utile de préciser ici, qu'au début de la recherche, le thème d'enquête est provisoire (*Beaud et Weber*, 2003 : 23). En cours de route, ce dernier subit plusieurs ajustements et transformations pour devenir enfin un objet d'enquête.

### **1.1. Quelques écueils à éviter**

Une enquête de terrain est, par définition, circonscrite dans le temps et dans l'espace. A l'exception d'une thèse, la durée de l'enquête est généralement courte. Ainsi, l'étudiant doit

veiller à ne pas se retrouver dans une situation contraignante. C'est pourquoi, il est essentiel que le temps dont il dispose soit suffisant pour réaliser son enquête de terrain. Il ne faut pas oublier que la première qualité d'une enquête est d'être achevée. La gestion du temps est cruciale pour la réussite de l'enquête. Il est important de démarrer rapidement, de surmonter les obstacles, d'obtenir des résultats préliminaires (à l'aide d'entretiens exploratoires), etc. L'objectif est donc de créer une dynamique d'enquête qui permettra à celle-ci de se mettre sur les rails et de progresser. A ce propos, Beaud et Weber (2003 :27) soulignent « Sans pour autant la concevoir comme une course contre la montre, mieux vaut avoir l'impression que votre enquête progresse : cela permettra de vous rassurer sur les vertus du travail de terrain. A l'inverse, l'expérience montre que si vous êtes engagé dans une enquête qui ne parvient pas à « démarrer », parce que trop large, trop floue, pas assez définie, vous risquez de vous décourager vite, de perdre pied, et surtout d'entretenir un rapport « malheureux » à votre enquête ».

Pour les mêmes auteurs, le choix du sujet doit répondre à deux critères essentiels ; premièrement, il doit être *réalisable* en pratique, et deuxièmement, il doit être adossé à des questions préalables ou à une « *problématique* » provisoire minimale, issue de premières lectures (*ibid.* :27).

Toutefois, l'expérience a montré que les étudiants ont souvent tendance à choisir des sujets très vastes, inspirés par des questions d'actualité qui sont fréquemment abordées dans les médias. Par exemple, la presse écrite en Algérie a consacré plusieurs articles à l'introduction de l'anglais à l'école primaire. Or, il faudra transformer cette préoccupation générale en un sujet plus limité. Le premier travail « consiste justement à imaginer une enquête possible autour de ce thème » (*ibid.* :28). De plus, les étudiants proposent souvent des thèmes en lien plus ou moins direct avec des administrations tels que les écoles, les universités, les tribunaux, etc., pensant que ces endroits sont facilement accessibles. Or, enquêter dans ces lieux n'est pas aussi simple qu'il n'y paraît, comme l'affirment Beaud et Weber (2003 :28) dans le passage suivant : « Ces enquêtes apparaissent, à tort, comme les plus aisément réalisables : il suffirait de s'adresser à l'institution en question, de solliciter l'autorisation, de faire montre de bonne volonté, pour que l'enquête fût acceptée. Les choses ne se passent pas ainsi dans la réalité sociale, loin de là ! ». Ces enquêtes sont entravées par des obstacles « *bureaucratiques* » qui peuvent compromettre leur aboutissement : « Si elle n'est pas refusée ou interdite par l'institution, l'enquête risque d'être entièrement dirigée, guidée, par la direction de l'établissement qui cherchera à en contrôler le déroulement de bout en bout » (*ibid.* : 28-29).

Le chercheur doit donc s'assurer qu'aucun obstacle ne se dresse contre la possibilité de recueillir les informations nécessaires : confidentialité, disponibilité des interlocuteurs, etc. Il doit également anticiper les coûts que son enquête pourrait engendrer et prévoir ainsi le budget nécessaire pour faire face aux frais de déplacement, etc. Ainsi, en plus des volets logistique et scientifique, le chercheur doit également prendre en considération le volet financier afin d'évaluer la faisabilité de sa recherche. Sur cet aspect bien précis, Romy Sauvayre (2013 : 4) écrit : « La budgétisation est une étape cruciale. Les choix relatifs à la prise de contact avec la population cible et les lieux de rencontre sont tributaires de cette question pécuniaire. Il est donc nécessaire d'anticiper les coûts matériels (papeterie, téléphonie, fournisseur d'accès Internet, frais postaux, enregistreur, logiciels, ordinateur, supports de sauvegarde, etc.), de transport, d'hôtellerie et de restauration. On comprend rapidement qu'en l'absence d'un budget conséquent, il vous faut renoncer à une enquête à l'étranger ou hors des frontières de votre région ». Une bonne planification budgétaire est donc indispensable pour assurer le bon déroulement d'une enquête de terrain.

## 1.2. Quelques principes du choix du thème

Dans leur ouvrage « *Guide de l'enquête de terrain* », Stéphane Beaud et Florence Weber (2003) énumèrent quelques principes que l'étudiant ou le chercheur doit prendre en compte lors du choix du thème. Premièrement, l'étudiant doit toujours opter pour des sujets qui l'intéresse et le questionne. Le travail d'enquête est un exercice qui s'étendra sur plusieurs mois. Pour un travail d'une telle envergure, il est conseillé à l'étudiant d'enquêter sur un sujet qui suscite un intérêt personnel et qu'il prendra plaisir à explorer « vous ferez une bonne enquête si vous choisissez un thème qui vous « parle », à propos duquel vous avez envie d'en savoir plus, de découvrir des choses, et plus tard de les faire savoir » (*ibid.* : 34). Il faut écarter d'emblée tout sujet pour lequel le chercheur éprouve une aversion ou même de l'indifférence, car cela rendrait le travail plus difficile. Le deuxième principe est la *faisabilité*, c'est-à-dire que le thème choisi doit pouvoir faire l'objet d'une enquête de terrain qui soit réalisable dans le délai imparti. Ce qui implique un troisième principe, celui de privilégier des objets d'enquête *précis* et *bien délimités* : « une préférence pour le choix de « petits » objets d'enquête, ou plus exactement la traduction d'une question générale, sociale ou académique en question d'enquête, en objet empirique » (*ibid.* : 34)

### ***Avoir une curiosité pour le monde social***

La curiosité pour le monde social est fondamentale pour mener une enquête de terrain. Lorsqu'on entame une nouvelle étude, on doit s'interroger sur le pourquoi des phénomènes observés tout en adaptant une posture objective. « Le plus difficile est sans doute cette première prise de conscience que le monde ne va pas de soi : il vous faut prendre des distances à l'égard de votre propre inscription dans le monde social, de manière à le regarder d'un œil neuf » (*ibid.* : 43). Mais, le chercheur n'est pas insensible au monde qui l'entoure et peut d'ailleurs s'impliquer dans tout ce qui concerne le monde social comme le font remarquer Beaud et Weber (2003 :42) dans ce passage « il n'y a rien qui empêche de s'engager dans le débat social ou politique : soutenir une cause ou dénoncer des pratiques n'est pas, en soi, problématique. Il est simplement essentiel d'en être conscient, de le formuler clairement, et surtout de faire preuve d'honnêteté en restant ouvert au changement, sans s'accrocher de manière rigide à sa position initiale ».

### ***Opter pour des thèmes pas trop familiers***

L'enquête de terrain permet de voir le monde qui nous entoure sous un autre angle, et ainsi « découvrir sous des faits apparemment banals, naturels, évidents, des relations sociales, une histoire » (*ibid.* :46). Autrement dit, la recherche sur le terrain peut permettre de révéler des faits qui ne sont pas immédiatement perceptibles et que même les participants à l'étude peuvent ignorer. Le chercheur doit commencer par se demander dans quels univers sociaux il est déjà impliqué, que ce soit par ses activités professionnelles, universitaires, associatives, sportives, ou en raison de ses appartenances locales, politiques, religieuses, etc. Ensuite, il doit tenter de cibler un univers qui ne soit pas trop familier parmi l'ensemble de ces contextes (*ibid.*).

Cependant, enquêter sur des univers inconnus est toujours plus aisé, car leur étrangeté permet de créer une distance qui favorise une observation attentive de phénomènes souvent négligés dans des milieux familiers. Les univers trop proches sont difficiles à enquêter parce que, « sans recul, en ayant tout de suite l'impression de comprendre mais, en fin de compte, en comprenant toujours à moitié » (*ibid.* : 49).

## **2. Le choix du terrain d'enquête**

Le choix du terrain est sans doute plus important que celui du thème, car, contrairement au thème qui évolue souvent au fil de l'enquête, le terrain d'étude, sauf dans de rares cas, restera le même. C'est le choix du terrain qui permettra au chercheur de convertir la question initiale,

souvent vague et générale, en objet empirique exploitable (*ibid.*). Pour Beaud et Weber (2003 : 50) « le terrain et l'objet empirique sont indissociables : pas de bon objet (d'enquête) sans « bon terrain » et pas de bon terrain sans « bon objet ». Ou plus exactement l'objet fait le terrain (la question permet de lire le lieu et le milieu d'interconnaissance comme significatifs) et le terrain fait l'objet (l'enquête permet de découvrir les bonnes questions) ».

Cependant, le terrain ne se réduit pas à un simple lieu physique ou un espace géographique. Il inclut également une dimension humaine et relationnelle, comme on peut le lire dans ce passage : « le terrain n'est pas une chose, ce n'est pas un lieu, ni une catégorie sociale, un groupe ethnique ou une institution (...) c'est d'abord un ensemble de relations personnelles où on apprend des choses. Faire du terrain, c'est établir des relations personnelles avec des gens » (Agier, 2004, 35). Le terrain est davantage défini par les interactions humaines, il s'agit de rencontrer des gens, partager leur quotidien, comprendre leurs réalités vécues, etc.

Il n'existe pas, en soi, de terrain « interdit », mais il faut savoir qu'il y a des terrains qui sont plus accessibles que d'autres. Cela dit, enquêter dans certains terrains nécessite de surmonter des obstacles d'ordre matériel et administratif. En effet, certaines institutions tardent à délivrer les autorisations nécessaires, ce qui retarde le démarrage de l'enquête. De plus, certains milieux requièrent une grande expérience et des compétences de la part de l'enquêteur. Il existe des situations où l'enquêteur peine à trouver sa place d'observateur, comme dans des communautés marginalisées. Ce type de terrain demande donc une préparation préalable.

Il faut noter qu'en sciences humaines et sociales, la recherche sur le terrain est un processus dynamique. Bien qu'un chercheur parte avec un projet bien défini, une problématique, et des questions précises, la réalité du terrain apporte souvent des informations nouvelles, des situations imprévues, ou des données inattendues qui vont transformer son objet d'étude. Cette transformation fait partie intégrante de la démarche scientifique : le chercheur doit être prêt à s'adapter et à réorienter son enquête en fonction des réalités qu'il rencontre. Dans cette optique, Beaud et Weber (2003 : 57) soulignent qu'une enquête qui ne transforme pas les termes de la question de départ est une mauvaise enquête, inutile et inefficace. Il ne faut jamais concevoir son sujet de recherche comme quelque chose de figé, clos, définitif, cadencé. Les mêmes chercheurs font remarquer que le cheminement de l'enquête fait apparaître d'autres objets que celui défini au départ. Il faut donc pouvoir accepter les enseignements du terrain qui, à sa manière, nous dictent un autre objet, certes différent du premier mais tout aussi intéressant.

Pour illustrer leurs propos, Beaud et Weber (2003 :58) citent l'enquête d'Emmanuelle Yohana. Partie sur le terrain pour étudier une association de soutien scolaire, avec une perspective de sociologie de l'éducation, elle découvre dans le milieu enquêté (une « cité » de la banlieue rouge) un autre « thème ». Elle convertit son objet -le soutien scolaire- en l'étude de la sociabilité d'un groupe intermédiaire dans la cité. En fait, on pourrait dire que, sous couvert de soutien scolaire, l'association de jeunes de la cité offre surtout un refuge, un lieu protégé, qui confère, notamment aux jeunes encadrants, un statut digne qui leur évite, aux yeux des habitants de la « cité », d'être assimilés à ceux qui « traînent », aux « lascars », etc.

### **3. L'importance de la question de départ**

La façon la plus efficace d'entamer un travail de recherche en sciences humaines et sociales est de formuler le projet sous la forme d'une question de départ, car celle-ci guide notre enquête de terrain, oriente nos premières lectures, aide à choisir notre terrain et à trancher sur la méthode d'enquête appropriée. La question de départ « est la question « pratique » à laquelle on se propose de répondre au terme du travail » (Lièvre, 2016 : 35). Elle s'exprime sous la forme d'une question. Il s'agit pour le chercheur de formuler précisément ce qu'il cherche à savoir, à résoudre, à mieux comprendre (Van Campenhoudt, Marquet et Quivy, 2017 :56). La question de départ servira surtout de ligne directrice à la recherche comme on peut le lire dans cette citation « formuler la question de départ dans le cadre d'une étude, c'est se doter d'un point fixe qui va permettre d'entreprendre un travail d'exploration, de s'engager dans un projet de connaissance. Choisir la question de départ, c'est décider de son point de départ et de son point d'arrivée » (Lièvre, 2016 :35).

En règle générale, la question de départ doit évoluer pour devenir une véritable question de recherche, une problématique. C'est la lumière du phare lorsque l'on est perdu dans le brouillard de ses lectures, de ses interviews pour reprendre les mots de Pascal Lièvre (2016 :36). Elle doit résonner avec notre vécu, notre histoire et notre parcours qu'il soit scolaire, social, sportif, etc. Comme le conseille Wright Mills, « vous devez donc apprendre à utiliser au profit du travail intellectuel l'expérience acquise dans la vie ; vous devez sans cesse la scruter et l'interpréter. En ce sens, le métier est le centre de vous-même, et vous entrez vous-même tout entier dans la moindre de vos créations intellectuelles. Vous “avez une expérience”, c'est-à-dire que votre passé resurgit dans le présent, qu'il l'influence et qu'il circonscrit les limites de l'expérience à venir ».

La question de départ doit répondre à des critères très précis pour être valide. Les trois chercheurs Luc Van Campenhoudt, Jacques Marquet et Raymond Quivy (2017 :57) résument dans ce qui suit l'ensemble des qualités qu'une telle question doit posséder :

- a- *Les qualités de clarté* : elles concernent essentiellement la précision et la concision de la formulation de la question de départ. Il conviendra donc de formuler une question précise dont le sens ne prête pas à confusion. Il sera souvent indispensable de définir clairement les termes de la question de départ, mais il faut d'abord s'efforcer d'être aussi limpide que possible dans la formulation de la question elle-même. Il existe un moyen fort simple pour s'assurer qu'une question est bien précise. Il consiste à la formuler devant un petit groupe de personnes en se gardant bien de la commenter ou d'en exposer le sens. Chaque personne du groupe est ensuite invitée à expliquer la manière dont elle a compris la question. La question est précise si les interprétations convergent et correspondent à l'intention de son auteur (*ibid.* :43).
  
- b- *La qualité de faisabilité* : la faisabilité porte essentiellement sur le caractère réaliste ou non du travail que la question laisse entrevoir. Les conditions de faisabilité sont de divers ordres qui doivent être tous pris en considération par le chercheur : ses connaissances de base sur la question, ses compétences techniques, la possibilité de récolter le matériau indispensable et d'effectuer les démarches préalables, la capacité de convaincre les personnes clés d'apporter leur concours et d'organiser éventuellement des réunions préparatoires, la capacité de trouver les documents utiles, le budget nécessaire (notamment en frais de déplacement), les moyens logistiques (comme un support informatique pour le traitement des données), mais aussi, dans certains cas, la capacité de dépasser des obstacles psychologiques ou éthiques pouvant survenir au cours du travail de terrain (*ibid.* :46).
  
- c- *Les qualités de pertinence* : elles concernent le registre (descriptif, explicatif, normatif, prédictif...) dont relève la question de départ. Une bonne question de départ visera à mieux comprendre les phénomènes étudiés et pas seulement à les décrire. Elle n'étudiera pas le changement sans s'appuyer sur l'examen de ce qui existe. Elle ne vise pas à prévoir l'avenir mais peut contribuer à comprendre la réalité en train d'advenir, à délimiter un champ de possibilités, à saisir des évolutions ou des ruptures historiques (*ibid.* :46)

Pascal Lièvre (2016 : 36-43), pour sa part, propose dans son ouvrage « *Manuel d'initiation à la recherche en travail social : Construire un mémoire professionnel* » une dizaine de critères destinés à valider cette étape cruciale. Ces critères, ancrés dans une démarche scientifique rigoureuse, permettent d'évaluer la pertinence, la faisabilité et la portée de la question de départ.

- *La question de départ s'exprime sous la forme d'une question*

Il faut faire la différence entre le thème, le sujet et la question de départ. Quand on choisit d'exprimer notre projet sous la forme exclusive d'une question, notre travail consiste à tenter de répondre à cette question. Par ailleurs, l'hypothèse qu'on développera ultérieurement constituera une réponse à cette même question. Il faut éviter de poser une question à laquelle on peut répondre par un simple *oui* ou *non*.

- *La question de départ est unique.*

À partir d'un même thème, il est possible de formuler un grand nombre de questions. Mais « Il va falloir faire un choix et n'en retenir qu'une. Mieux vaut traiter correctement une question que deux superficiellement » (*ibid.* :36). De plus, si on formule deux questions, on double le volume de travail à réaliser : on devra formuler deux hypothèses au lieu d'une seule, et aussi on devra essayer de valider chacune d'elles.

- *La question de départ est autonome, claire, précise.*

Cela signifie que sa compréhension est quasi immédiate pour autrui, que sa formulation est strictement permanente. Il n'y a plus qu'une manière et une seule de formuler la question de départ. Il n'y a plus de mots à enlever ou à rajouter. Tous les termes ont été soigneusement sélectionnés. L'étudiant doit être à l'aise avec tous les termes de la question de départ : ce sont ses mots à lui (*ibid.* :36)

- *La question de départ doit pouvoir s'appuyer sur des travaux théoriques.*

Le chercheur doit s'assurer qu'il existe des travaux théoriques sur lesquels il pourra s'appuyer pour développer sa réflexion. Il ne s'agit pas nécessairement de trouver un ouvrage qui répond directement à la question initiale. Il faut plutôt mener une recherche bibliographique en rassemblant le maximum d'ouvrages ou d'articles scientifiques en lien avec la problématique qui sera traitée. Lièvre (2016 :36) fait remarquer qu'il y a deux grands écueils que le chercheur doit éviter. *Le premier* : choisir un sujet sur lequel il existe une abondance de matériaux, car il risque alors d'avoir du mal à trouver sa propre voie au sein de cette variété. *Le second* : choisir une question de départ pour laquelle il n'y a aucun travail, car il lui sera difficile de construire une réflexion à l'écart du sens commun. Cependant, il est rare de ne pas trouver un ou deux

ouvrages ou un bon article dans une revue en lien avec notre étude. Il suffit juste de bien chercher !

- *La question de départ doit pouvoir s'appuyer sur des observations de terrain.*

Ici, il est question de l'accessibilité au terrain. Il s'agit donc d'évaluer la capacité de l'étudiant à surmonter les difficultés d'accès en fonction de son intérêt pour traiter la question retenue. Lièvre (2016) distingue deux grands niveaux d'accessibilité du terrain. En premier lieu, se pose le problème de l'accessibilité du terrain dans la phase d'exploration : il faut pouvoir rencontrer quelques enquêtés (une dizaine). En second lieu, il faut appréhender l'accessibilité du terrain dans la phase de validation qui nécessite d'entrer en contact avec un grand nombre d'informateurs, de façon à constituer un échantillon représentatif de la population mère.

- *La question de départ motive suffisamment l'étudiant.*

Pendant plusieurs mois, voire plusieurs années (dans le cas d'une thèse), l'étudiant va vivre avec cette question. Cela suppose qu'il dépensera beaucoup d'énergie : des lectures, des entretiens, des questionnements, des défis divers, ainsi que de la rédaction. L'étudiant doit être suffisamment motivé par son sujet, très curieux par rapport à ce thème, et animé par le désir d'en savoir plus et de faire des découvertes. Il ne suffit pas d'avoir des arguments du type « *c'est un sujet qui m'intéresse* » ou « *c'est un thème d'actualité* », mais au contraire de réfléchir davantage à la pertinence de son sujet au regard de ses motivations personnelles.

- *La question de départ ne traite pas d'un sujet « sensible » pour l'étudiant.*

Etre motivé par un sujet ne signifie pas pour autant y être fortement impliqué personnellement. Chacun, en raison de son parcours de vie, peut avoir un sujet trop sensible pour lequel il est difficile de prendre suffisamment de distance. Une implication excessive du chercheur peut nuire à la qualité du travail : « Lorsqu'on est trop impliqué personnellement par un mémoire, nous avons du mal à lire, à écouter des choses que nous rejetons ; cela nuit à l'ensemble du travail et personnellement n'apporte rien de bon » (*ibid.* :42)

- *La question de départ est la question du départ, elle n'est pas la question de recherche*

On n'est pas censés tout préciser dans la question de départ. Celle-ci une fois formulée, une recherche va préciser les différents termes de la question : c'est ce qu'on appelle la question de recherche. La question de départ constitue le point de départ du travail. Elle ne peut être changée en cours de route. En revanche, il est toujours nécessaire d'expliquer comment cette question a été travaillée à travers les lectures, les entretiens, et comment est-ce qu'elle a progressivement évolué pour devenir, par la suite, la question de recherche.

- *La question de départ est réalisable par un étudiant dans le cadre de son mémoire.*

Le travail entrepris par l'étudiant doit répondre aux exigences du diplôme qu'il prépare. Il ne s'agit ni de se lancer dans un projet de thèse de doctorat ni de se limiter à un simple rapport de stage. C'est la raison pour laquelle l'étudiant doit solliciter l'avis de ses formateurs.

#### **4. Préparer son départ sur le terrain**

La préparation d'une enquête de terrain est une étape importante qui demande au chercheur de s'immerger dans le contexte théorique, historique et culturel de son sujet avant de commencer l'observation ou les entretiens sur le terrain. Beaud et Weber (2003 : 59) mettent en lumière ce point en soulignant : « De même que l'homme de science prépare longuement et soigneusement sa future expérience en laboratoire (les risques d'artefacts sont fortement liés aux conditions de cette préparation), de même l'enquêteur doit préparer son futur départ sur le terrain ». A titre d'exemple, la documentation préalable permet d'acquérir des repères essentiels et d'éviter de commettre des erreurs d'interprétation ou d'être pris au dépourvu face à des situations inattendues.

L'objectif de la préparation à une enquête de terrain n'est pas de devenir un expert de son sujet, mais de s'assurer qu'on arrive sur place avec un minimum de connaissances pour ne pas être totalement désarmé. Il est essentiel de bien se préparer car une enquête de terrain ne s'improvise pas. Elle nécessite une préparation rigoureuse, quelles que soient les compétences du chercheur.

##### **4.1. Une bonne culture générale**

Pour être efficace sur le terrain, l'enquêteur doit posséder une solide culture générale en lien avec son domaine, car celle-ci lui fournit des repères théoriques et méthodologiques essentiels pour interpréter ce qu'il observe. Sans cette base, il serait « aveugle », incapable de saisir la profondeur des situations auxquelles il est confronté. La connaissance du lieu ou du milieu d'enquête est également importante, puisqu'elle permet de comprendre les particularités culturelles, historiques ou sociales du terrain et d'ajuster ses observations en fonction. Le chercheur « doit, au cours de l'enquête, mobiliser des connaissances pour pouvoir interpréter sur le moment des situations, réagir vite, à la manière d'un sportif qui doit anticiper, contrer, voir venir les coups » (*ibid.* :60).

## **4.2. Des lectures préalables**

Lorsque l'on se lance dans un travail de recherche, la première tâche du chercheur est de constituer une bibliographie personnelle adaptée à son sujet, et ce dans le but d'effectuer des lectures préparatoires. En fonction des lectures, le chercheur pourra sélectionner les concepts et les approches méthodologiques les mieux adaptés à son enquête. La préparation théorique aide le chercheur à choisir les techniques de collecte de données les plus appropriées : entretiens approfondis, observations participantes, questionnaires, etc. Cette phase de préparation méthodologique est essentielle pour garantir que les données recueillies soient riches et pertinentes à l'analyse finale. Elle permet également d'adapter son approche en fonction des contraintes et des caractéristiques du terrain. Il faudra donc « acquérir l'habitude de réfléchir avant de se précipiter dans la collecte de données, fût-ce avec les techniques d'analyse les plus sophistiquées » (Van Campenhoudt, Marquet et Quivy, 2017 :63).

Pour Beaud et Weber (2003 :61) quatre raisons militent en faveur d'un travail de lecture préalable avant d'aller sur le terrain :

- a) L'inscription dans une tradition de recherches cumulatives : les sciences humaines et sociales peuvent faire état, depuis leur naissance, d'une certaine cumulativité de leurs résultats. Tout travail de recherche s'inscrit dans un continuum et peut être situé par rapport à des courants de pensée antérieurs qui l'influencent. Il est donc naturel qu'un chercheur consulte les travaux antérieurs qui traitent des questions comparables et qu'il précise ce qui rapproche et ce qui distingue son propre travail de ces courants de pensée. Le chercheur, même s'il s'agit de sa première enquête de terrain, doit prendre en compte les résultats d'autres études, qu'elles soient publiées ou non. Il est essentiel de lire d'une part pour connaître l'état de la question et d'autre part pour éviter de reproduire des erreurs ou des préjugés qui ont déjà été réfutés auparavant.
- b) Les lectures préalables doivent permettre au chercheur de poser ses premières questions ou, plus précisément, de formuler de nouvelles questions concernant une réalité sociale en constante évolution car la recherche consiste avant tout à poser les bonnes questions. « Une longue fréquentation de la pensée sociologique ancienne et actuelle, par exemple, contribue considérablement à élargir le champ des idées et à dépasser les interprétations éculées. Elle prédispose à se poser de bonnes questions et à mettre le doigt sur ce qui n'est pas évident » (Van Campenhoudt, Marquet et Quivy, 2017 :62-63).

- c) Le chercheur ne peut pas arriver sur le terrain avec l'esprit vide, car son ignorance et sa « naïveté » seront immédiatement perçues par les enquêtés ; il risque d'apparaître incompetent et de donner l'impression d'être quelqu'un de « pas sérieux ». Par exemple, Béatrice Carnel (2001 : 79) rapporte ainsi sa propre expérience d'enquêtrice : « La "naïveté", la redondance de nos questions ont pu provoquer un étonnement visible ou, parfois, un agacement, alors qu'il s'agissait d'une demande sincère de renseignements ». À la suite d'un mauvais démarrage, il peut être difficile de rétablir la situation, et réussir son enquête. Lors d'une enquête de terrain, il est important pour le chercheur d'être à la hauteur des attentes que le grand public a vis-à-vis de ce qu'est un enquêteur.
- d) Si le chercheur arrive « sans idées » sur le terrain, sans idées issues de ses lectures sur le sujet, il arrive en réalité avec ses propres idées, ses prénotions et ses préjugés sociaux, c'est-à-dire avec de nombreuses idées fausses, empreintes d'ethnocentrisme, à la fois sur le milieu enquêté et les enquêtés eux-mêmes.

En résumé, pour réaliser une étude sérieuse sur une question quelconque, il est important de prendre connaissance des travaux scientifiques consacrés au même sujet ou, de manière plus générale, aux sujets connexes. « Il serait à la fois absurde et présomptueux de croire que nous pouvons nous passer purement et simplement de ces apports, comme si nous étions en mesure de tout réinventer par nous-mêmes » (Van Campenhoudt, Marquet et Quivy, 2017 :63). Les lectures permettent au chercheur d'explorer le terrain de façon distanciée, voire théorique. Il aborde l'enquête avec sérénité, car il a une idée claire des données à récolter (Sauvayre,2013 : 7).

#### **4.2.1. Comment choisir et organiser ses lectures ?**

Le temps étant une ressource précieuse d'où la nécessité d'adopter une approche sélective méthodique afin d'éviter de s'égarer dans des lectures inutiles ou peu pertinentes. Pour cela, le chercheur doit se concentrer sur les textes qui répondent directement à ses questions de recherche. L'objectif final n'est pas simplement d'accumuler des connaissances, mais de construire une base ciblée et pertinente qui servira efficacement la réflexion. Ainsi, le choix des lectures doit être guidé par une problématique ou une question de départ. Plus le chercheur saura affiner ses questionnements initiaux, mieux il saura identifier les ouvrages et articles susceptibles d'y répondre.

Dans leur ouvrage « *Manuel de recherche en sciences sociales* », les chercheurs Luc Van Campenhoudt, Jacques Marquet et Raymond Quivy (2017) définissent cinq principes ou critères que tout chercheur devra prendre en compte dans le choix des lectures :

*1) Partir de la question de départ*

Le meilleur moyen pour le chercheur de ne pas se perdre dans le choix des lectures consiste à s'appuyer sur une question de départ bien formulée. Tout travail nécessite un fil conducteur, et c'est cette question qui joue ce rôle. Certes, il est probable que le chercheur soit amené à la redéfinir au terme de son travail exploratoire et à la reformuler de manière plus précise. Mais c'est toujours de cette question qu'il doit partir (*ibid.* : 64-65)

*2) Ne pas surcharger le programme de lectures*

Il n'est ni nécessaire, ni le plus souvent possible, de lire tout ce qui a été écrit sur un sujet, car les ouvrages et articles de référence contiennent souvent des informations redondantes. Ainsi, dans un premier temps, il est préférable d'éviter de trop lire, sauf si l'on est certain que ces lectures sont pertinentes. C'est la raison pour laquelle il faut privilégier la lecture d'ouvrages et d'articles de revues qui offrent des repères théoriques et des synthèses dans le domaine de recherche concerné. En effet, il vaut mieux lire de manière approfondie et critique quelques manuscrits bien ciblés plutôt que de parcourir superficiellement des milliers de pages.

*3) Rechercher dans la mesure du possible des documents dans lesquels les auteurs ne se contentent pas de présenter des données, mais qui comportent des éléments d'analyse et d'interprétation de ces données*

Il est préférable de privilégier des textes qui éclairent les dynamiques et processus sous-jacents, plutôt que de simples tableaux chiffrés, souvent peu significatifs pris isolément. Les textes qui encouragent la réflexion contiennent suffisamment de données, statistiques ou non, « pour permettre de se rendre compte de l'ampleur, de la distribution ou de l'évolution du phénomène sur lequel ils portent » (*ibid.* : 65).

*4) Veiller à recueillir des textes offrant des approches variées sur le phénomène étudié*

Inutile de lire plusieurs fois la même chose ; au contraire, il est bien plus pertinent de confronter différentes approches pour mieux éclairer l'objet d'étude. Cela implique également de consulter des textes plus théoriques, qui, bien que n'étant pas toujours en rapport direct avec le phénomène étudié, exposent des problématiques et des modèles d'analyse susceptibles de nourrir des hypothèses intéressantes.

En plus des ouvrages et articles scientifiques, il peut être utile de rassembler des éléments de « documentation grise » comme des notes de travail, des comptes rendus de réunions, des rapports internes d'organisations, ou encore des documents d'information. Bien qu'ils ne soient pas des publications scientifiques, ces documents peuvent contenir des informations utiles. Avant de débiter ses propres investigations, le chercheur acquiert une meilleure connaissance de son sujet et renforce ainsi sa crédibilité auprès de ses interlocuteurs et informateurs.

*5) Prévoir régulièrement des moments consacrés à la réflexion personnelle aux échanges de vues avec des collègues ou avec des personnes d'expérience*

Un esprit encombré ne favorise jamais la créativité. Une façon de s'organiser consiste à lire par sessions de deux ou trois manuscrits (ouvrages, chapitres ou articles) à la fois. Après chaque session, il est utile de faire une pause pour réfléchir, prendre des notes et discuter avec des personnes susceptibles d'apporter un éclairage utile. Il sera également possible de reformuler la question de départ de manière plus appropriée. Ce n'est qu'après cette pause que le chercheur pourra déterminer le contenu exact de la prochaine session de lecture. Cela lui permettra de corriger les éventuelles erreurs d'orientation.

#### **4.2.2. Où trouver ces textes ?**

Il faut souligner d'emblée que le but des lectures n'est pas de constituer une bibliographie exhaustive, mais plutôt de faire un état des lieux rapide en lien avec la question de départ. Dans cette optique, il est important de définir clairement ce que l'on recherche car les bibliothèques universitaires, qu'elles soient physiques ou virtuelles, possèdent des milliers de références. Il est donc important d'adopter une méthode de travail, dont la première étape est de préciser le type de documents recherchés.

Voici quelques conseils qui peuvent faciliter la recherche des textes appropriés, tout en permettant de gagner du temps (voir Van Campenhoudt, Marquet et Quivy, 2017) :

- Les bibliothèques disposent d'une panoplie de publications scientifiques sous forme d'ouvrages et de revues, et proposent divers outils de recherche en ligne basés sur des résumés, des index thématiques, voire l'ensemble des mots du texte. De nos jours, un nombre non-négligeable de bases de données, d'ouvrages et de revues scientifiques est directement accessible via Internet. La majorité des bibliothèques universitaires disposent de bases de données et d'un système intranet qui permet un accès rapide à une multitude de sources, y compris des documents rares et chers.

- Dans certains pays, des catalogues répertorient les fonds des bibliothèques universitaires nationales. C'est le cas de « Sudoc » en France et de « Unicat » en Belgique. En Algérie, les étudiants peuvent accéder à des ressources intéressantes en consultant le portail électronique SNDL (Système National de Documentation en Ligne). Ce portail offre un accès à une documentation électronique nationale et internationale riche et variée, couvrant tous les domaines de l'enseignement et de la recherche scientifique. La documentation internationale est acquise via des abonnements à des plateformes éditoriales telles que Cairn, JSTOR et ScienceDirect, qui gèrent des bouquets de revues académiques. Quant à la documentation produite en Algérie, plusieurs ressources sont déjà mises à la disposition de la communauté universitaire à travers ce site : le portail des revues algériennes (WebReviews), le Catalogue Collectif Algérien (CCDZ), le Portail National de Signalement des Thèses (PNST), ainsi que des bases de données bibliographiques comme ALGERIANA et ASA.
- Les revues spécialisées dans le domaine de recherche choisi présentent un grand intérêt pour deux raisons. Tout d'abord, leur contenu apporte soit les connaissances les plus récentes, soit une analyse critique des travaux antérieurs. Dans les deux cas, les articles font souvent le point sur les sujets abordés et citent des travaux à prendre en compte. La deuxième raison est que ces revues publient des compte rendus des ouvrages les plus récents, ce qui peut nous faciliter le choix des lectures les plus pertinentes. Sur la nécessité de lire des articles de revues spécialisées, Beaud et Weber (2003 : 78) écrivent : « la recherche vivante tend de plus en plus à se faire et à se donner à voir dans des articles de revues spécialisées. La lecture d'un bon article vaut souvent mieux que celle d'un gros livre ». Il est fortement conseillé à l'étudiant de consulter ASJP (Algerian scientific journal platform) qui est une plateforme d'édition électronique des revues scientifiques algériennes développée et gérée par le Centre de Recherche sur l'Information Scientifique et Technique (CERIST). Elle répertorie 879 revues et donne accès à environ 247 616 articles scientifiques.
- A la fin de chaque ouvrage, on trouve une bibliographie finale qui répertorie l'ensemble des travaux cités par l'auteur. Ces listes bibliographiques sont particulièrement intéressantes car elles nous permettent d'avoir une idée sur les ouvrages et les articles en lien avec notre problématique.

- Il ne faut pas se décourager par le volume de certains livres. Il n'est pas toujours nécessaire de les lire intégralement. Certains sont des ouvrages collectifs qui regroupent les contributions de plusieurs auteurs, et nous ne sommes pas forcément intéressés par toutes les problématiques présentées. Les tables des matières, les sommaires, ainsi que les introductions et conclusions des différents chapitres aideraient à cerner le contenu des ouvrages et des points abordés dans chaque chapitre.

#### 4.2.3. Comment lire ?

Pour Beaud et Weber (2003), lire pour préparer une enquête de terrain ne suit pas exactement la même logique que lire pour effectuer un travail purement bibliographique ou un travail critique des textes. Il s'agit pour l'étudiant de concentrer ses lectures sur son terrain d'enquête et d'apprendre à réaliser des lectures pertinentes, c'est-à-dire des lectures qui lui permettraient de progresser rapidement sur son sujet.

Bien qu'il soit nécessaire de rappeler l'importance des lectures préalables, il est également utile de prévenir le chercheur que « ne pas trop lire » peut constituer un avantage pour mener une enquête de terrain. Beaud et Weber (2003 : 69) défendent cette idée en ces termes « une des manières de lutter contre la crainte ou l'« angoisse » d'un premier terrain consiste à accumuler des lectures préparatoires, notamment théoriques, qui sont conçues comme des clés devant ouvrir toutes les portes. Or, sur le terrain, cette accumulation de lectures peut se révéler préjudiciable : vous serez en quelque sorte encombré de toutes ces théories auxquelles vous voudrez plier ce que vous observez ». En quelque sorte, le chercheur risque de ne rien voir d'autre que ce qu'il venu chercher. Mais « le terrain doit pouvoir aussi fonctionner, sinon comme remise en cause radicale des théories, du moins comme série d'ajustements parfois très importants » (*ibid.* : 69). Le chercheur ne doit pas passer à côté des enseignements fournis par son terrain d'étude. Pour Beaud et Weber (2003 : 71), la solution consiste à effectuer un va-et-vient entre lectures et enquêtes en évitant deux écueils symétriques :

- le plus répandu consiste à aller sur le terrain dans une joyeuse ignorance (théorique ou du contexte historique de votre terrain), tout entier soumis à la seule excitation de faire du terrain, et de persister dans ce refus bibliographique ;
- l'autre écueil, plus rare, consiste à s'enfermer dans une bibliothèque pour « tout » lire et à réduire la phase du terrain à la portion congrue.

#### 4.2.4. Qu'est-ce qu'il faut lire ?

Dans cette phase de préparation du terrain, le chercheur doit réunir un ensemble diversifié d'informations sur son thème de recherche : des informations de type scientifique (articles, ouvrages, actes de colloques) ou journalistique (coupures de presse). Il doit consulter aussi des données statistiques produites par l'Office National des Statistiques (ONS) et autres institutions de production de statistiques qui peuvent servir de « données de cadrage » permettant de préciser les caractéristiques sociales du terrain étudié.

La majorité des spécialistes de la méthodologie d'enquête recommandent aux étudiants de privilégier, dans la phase préparatoire, la lecture des comptes rendus d'enquêtes qui présentent en détail aussi bien le déroulement de l'enquête que les résultats obtenus. Dans cette phase, l'étudiant n'est pas obligé de consulter les livres « théoriques » des auteurs classiques car « la théorie risque d'être prématurée » (*ibid.* : 74). Il faut consulter plutôt des thèses de doctorat, car la majorité d'entre-elles reposent sur des enquêtes de terrain. Il existe de nombreux portails offrant l'accès à des thèses, qu'elles soient algériennes ou étrangères. Lorsque le texte intégral n'est pas disponible en ligne, il est possible de consulter un résumé. Voici une sélection de ces portails :

##### **a) Thèses algériennes :**

Le Portail National de Signalement des Thèses (<http://www.pnst.cerist.dz>) est dédié aux thèses soutenues ou en préparation en Algérie. Cette base de données, accessible sur le site [www.pnst.cerist.dz](http://www.pnst.cerist.dz), permet aux étudiants, aux directeurs de thèses, et à l'ensemble de la communauté universitaire, d'avoir une vue générale sur l'état de la recherche en Algérie. Ce portail recense 145317 thèses soutenues.

L'étudiant peut également consulter ces thèses sur le DSpace ou Dépôt institutionnel numérique qui est une plateforme de diffusion en ligne destinée à la production intellectuelle d'une université (mémoires, thèses...). En Algérie, chaque université dispose d'un Dspace accessible à partir du site de l'université ou de l'école.

##### **b) Thèses françaises :**

Le portail national [Theses.fr](http://theses.fr) répertorie toutes les thèses, qu'elles soient soutenues ou en préparation, dans les universités françaises et validées par un jury. C'est le portail officiel du MESRI. Selon la politique de l'université de soutenance et l'autorisation de l'auteur, la thèse

peut être disponible en texte intégral ou non. Un filtre permet d'affiner les recherches afin d'accéder uniquement aux thèses accessibles. La recherche peut s'effectuer par titre, mots-clés, auteur, directeur de thèse, université de soutenance (par exemple, Montpellier III ou Sorbonne Université), école doctorale, discipline, date, etc. Ce portail recense 81 353 thèses en préparation, 458 005 thèses soutenues dont 147 465 thèses sont accessibles en ligne.

Le portail TEL (Thèses en ligne) est une archive ouverte gérée par le CNRS, où les auteurs déposent leurs thèses -généralement en accès intégral- sous leur propre responsabilité.

### c) *Autres thèses :*

Le portail *Dart Europe E-theses* propose 829 000 thèses en accès libre, soutenues dans l'une des 620 universités réparties sur 28 pays européens. Les recherches peuvent s'effectuer par auteur, titre ou en parcourant les thèses par université, date ou « collection » (archives ouvertes d'unités ou de centres de recherche européens).

*Dialnet* est un portail qui héberge des revues, des actes de congrès et des thèses en langue espagnole, offrant 118 333 thèses en accès libre. Les recherches peuvent être effectuées en français ou en espagnol.

Le portail *Open Dissertation and Thesis* recense plus de 5 millions de thèses provenant de 1100 universités et centres de recherche.

La *Networked Digital Libraries Theses and Dissertations* donne accès principalement à des thèses américaines et canadiennes, mais elle a également établi des partenariats avec des universités étrangères comme *Dart Europe*. Au total, plus de 6 millions de thèses y sont répertoriées.

## 5. Les entretiens exploratoires

Les lectures préalables et les entretiens exploratoires sont là pour nous aider à définir notre problématique de recherche et à défricher le terrain. Comme on peut le lire dans ce passage « les lectures aident à faire le point sur les connaissances concernant le problème de départ ; les entretiens contribuent à découvrir les aspects du problème à prendre en considération, ils permettent de dégager de nouvelles pistes et élargissent ou rectifient le champ d'investigation des lectures » (Van Campenhoudt, Marquet et Quivy, 2017 : 82). Ces deux démarches se complètent et s'enrichissent mutuellement : les lectures donnent un cadre aux entretiens exploratoires, et ceux-ci éclairent sur la pertinence de ce cadre (*ibid.* : 82). Le but des entretiens

exploratoire n'est pas de vérifier des hypothèses préétablies, mais de trouver des idées d'hypothèses afin de guider le reste du travail.

L'entretien exploratoire présente beaucoup d'avantages, notamment en évitant au chercheur de s'engager aveuglément dans une mauvaise direction ou de passer à côté d'aspects essentiels du problème car il n'est pas suffisamment familiarisé avec lui. Dans cette optique, les chercheurs Van Campenhoudt, Marquet et Quivy (2017 : 95) affirment : « Les entretiens exploratoires n'ont pas pour fonction de vérifier des hypothèses, ni de recueillir ou d'analyser des données précises, mais bien d'ouvrir des pistes de réflexion, d'élargir les horizons de lecture et de les préciser, de prendre conscience des dimensions et des aspects d'un problème auxquels le chercheur n'aurait sans doute pas pensé spontanément, à partir de la connaissance et des représentations qu'ont les acteurs des phénomènes étudiés ». Enfin, l'entretien exploratoire permettra d'établir des contacts et d'élargir son réseau de relations en vue de la poursuite de l'investigation.

Pour synthétiser, nous dirons que les entretiens sont extrêmement importants pour définir la problématique de la recherche, formuler les hypothèses et sélectionner les méthodes les plus adaptées à l'objet d'étude.

Avec qui est-il utile d'avoir un entretien ? Pour Van Campenhoudt, Marquet et Quivy (2017 : 83-84), trois catégories de personnes peuvent être des interlocuteurs utiles :

- Des chercheurs spécialisés et experts dans le domaine concerné. Ils sont importants à la fois pour le choix des lectures mais aussi pour mener avec eux des entretiens exploratoires. Ils peuvent également nous éclairer sur notre terrain en partageant non seulement les résultats de leurs travaux, mais aussi la démarche qu'ils ont suivie, les difficultés rencontrées et les écueils à éviter. Quand la question de départ n'est pas encore bien formulée, ce genre d'entretiens peuvent aussi aider à l'exprimer de manière plus claire.
- Des témoins privilégiés c'est-à-dire des personnes qui, par leur position, leur fonction ou leurs responsabilités, connaissent plus ou moins bien le phénomène étudié. Ces témoins peuvent appartenir au public cible de l'étude ou en être extérieurs, mais fortement concernés par cette population. Par exemple, dans une étude sur l'échec scolaire, on peut rencontrer aussi bien des animateurs associatifs, des éducateurs, des

enseignants, des parents d'élèves, des directeurs d'école et toute personne dont l'activité professionnelle est prise directe avec le sujet traité.

- Enfin, une troisième catégorie d'interlocuteurs utiles comprend les personnes directement concernées par l'étude, c'est-à-dire, dans l'exemple précédent, les élèves eux-mêmes. Il est alors essentiel que les entretiens couvrent la diversité de ce public.

Dans la pratique, il est rare que les entretiens exploratoires soient réalisés sans être accompagnés d'un travail d'observation. L'intérêt de mobiliser plusieurs méthodes réside dans la possibilité de confronter les faits ou les propos recueillis, afin d'identifier les perspectives de recherche les plus intéressantes.

# Chapitre 2 :

## Méthodes quantitatives

La recherche en sciences humaines et sociales repose sur des méthodes variées pour appréhender les objets de recherche. Parmi ces méthodes, les approches quantitatives occupent une place particulière en raison de leur capacité à fournir des données mesurables ainsi que des analyses statistiques. Ce chapitre vise à présenter les principes fondamentaux des méthodes quantitatives, leurs outils de collecte de données, ainsi que les différentes étapes à suivre pour réaliser une enquête par questionnaire.

Dans un premier temps, nous aborderons les fondements théoriques de ces méthodes. Nous expliquerons notamment en quoi elles se distinguent des approches qualitatives. Ensuite, nous nous pencherons sur l'un des principaux outils de collecte de données utilisés dans les enquêtes quantitatives : le questionnaire. Cet outil, largement répandu en sciences humaines et sociales, permet de recueillir des données standardisées et comparables. Tout au long de ce chapitre, nous présenterons les étapes à suivre pour réaliser une enquête par questionnaire, ainsi que les bonnes pratiques pour garantir la récolte de données fiables.

La première étape consiste pour le chercheur à définir précisément la population qu'il souhaite étudier. C'est pourquoi, une partie importante de ce chapitre sera consacrée aux techniques d'échantillonnage. Il est essentiel de choisir un échantillon représentatif afin d'assurer la validité des résultats. Nous examinerons les différents types d'échantillonnage, tels que l'échantillonnage aléatoire (simple, systématique, stratifié, par grappes) et non aléatoire (de convenance, de boule de neige, au jugé par quotas), en précisant les contextes dans lesquels chaque technique est la plus pertinente. Des exemples concrets seront également fournis pour illustrer chaque type d'échantillonnage.

Par la suite, nous analyserons les modes de passation des questionnaires. Cette partie abordera les différences entre les questionnaires administrés en face-à-face, par téléphone, en ligne, remis en main propre au répondant ou encore envoyé par poste. Chaque mode présente des avantages et des limites en fonction des objectifs de l'enquête et du profil des enquêtés. Nous mettrons en lumière les facteurs qui influencent le taux de réponse, ainsi que les stratégies pour maximiser la participation des répondants.

Enfin, nous consacrerons la dernière partie de ce chapitre aux types de questions utilisées dans les enquêtes quantitatives. Nous comparerons les questions ouvertes, fermées et mixtes, en précisant les situations dans lesquelles chaque format est préférable. L'accent sera mis sur les règles à respecter lors la formulation des questions car la qualité des réponses dépend largement de la rigueur avec laquelle les questions sont rédigées.

## ***Les méthodes quantitatives***

Les méthodes quantitatives sont des approches de recherche qui se concentrent sur la collecte et l'analyse de résultats quantifiables, c'est-à-dire des données chiffrées. Elles permettent ainsi de mesurer des phénomènes et d'établir des relations entre différentes variables. Contrairement aux enquêtes qualitatives qui s'adressent à un petit groupe d'individus, les enquêtes quantitatives visent un plus grand échantillon, rendant possible la généralisation des conclusions à une population plus large. Les données quantitatives proviennent souvent d'enquêtes par questionnaire, mais elles peuvent également être produites à partir du codage de documents variés tels que des archives, des dossiers administratifs ou même des sources sonores et visuelles.

L'un des objectifs principaux de cette méthode est d'établir des relations causales ou corrélationnelles entre les variables étudiées. Par exemple, une enquête pourrait chercher à vérifier la relation qui peut exister entre le statut socioculturel des familles et l'usage du français en Algérie. En quantifiant ces relations, les chercheurs peuvent fournir des preuves pour soutenir ou réfuter des hypothèses.

L'utilisation de méthodes quantitatives présente plusieurs avantages. Tout d'abord, elle offre plus d'objectivité que les méthodes qualitatives, car les biais sont minimisés grâce à une analyse reposant sur des données chiffrées plutôt que sur des interprétations subjectives. Ces chiffres « permettent de saisir des régularités dans les comportements (ou attitudes ou opinions), des liens entre des variables (décrivant des comportements, attitudes, caractéristiques sociales des situations ou des individus), d'estimer la fiabilité d'un résultat établi sur un échantillon, de classer des individus ou des situations, de hiérarchiser les facteurs concourants à la production d'un fait social » (Martin, 2021 :26). De plus, les données quantitatives sont généralement plus simples à traiter grâce à divers outils statistiques et logiciels spécialisés.

### **1. Le questionnaire**

Le questionnaire est un outil fondamental de la méthode quantitative, utilisé pour collecter des données statistiques. En Sciences du langage (sociolinguistique, lexicologie, etc.) et dans d'autres disciplines, il permet de mesurer des phénomènes, d'analyser des comportements et des opinions au sein d'une population, mais aussi d'identifier des corrélations entre différentes variables. Par exemple, il peut être utilisé pour explorer les perceptions des locuteurs vis-à-vis de leur langue ou pour évaluer l'impact de facteurs socio-économiques sur les pratiques linguistiques.

L'un des principaux avantages du questionnaire est sa capacité à être administré à un grand nombre de répondants. En effet, un même questionnaire peut être distribué à un large échantillon d'individus, ce qui permet d'obtenir des réponses comparables et d'analyser ces données de manière statistique.

L'enquête par questionnaire s'appuie sur le principe fondamental de la standardisation, qui garantit que les réponses fournies par des enquêtés différents soient considérées comme équivalentes lors de l'analyse. Pour atteindre cet objectif, il est important de poser exactement les mêmes questions à tous les participants, tout en veillant à homogénéiser les conditions de passation. Ces conditions peuvent influencer les réponses et, par conséquent, la validité des résultats (Parizot, 2012 : 94).

La représentativité de l'échantillon est un élément clé dans la validité des résultats d'une enquête par questionnaire. Un échantillon bien choisi permet de généraliser les conclusions à l'ensemble de la population étudiée. Pour Isabelle Parizot (2012 : 94) : « la taille relativement importante de l'échantillon est non seulement un atout, mais aussi une condition nécessaire à cette méthodologie ». Plus le nombre de répondants est élevé, plus il est probable que cet échantillon reflète fidèlement la diversité et les caractéristiques de la population cible. Cela est particulièrement important dans les études sociales où les opinions, comportements et situations peuvent varier considérablement d'un sous-groupe à l'autre. En effet, « Il n'est, par exemple, pas adéquat d'envisager une telle enquête si l'on ne peut interroger plus de 200 personnes » (*ibid.* : 94).

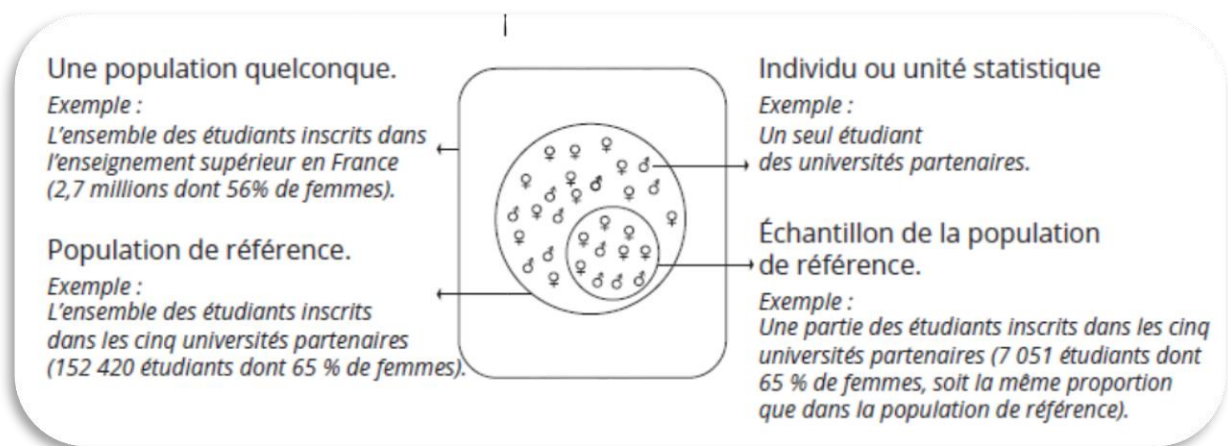
Cependant, la conception d'un bon questionnaire ne s'improvise pas, elle nécessite une réflexion approfondie pour s'assurer que les questions posées sont claires, pertinentes et adaptées à l'objectif de recherche.

Les enquêtes par questionnaires obéissent à la règle du nombre. Leur validité dépend de plusieurs facteurs clés, notamment la taille de l'échantillon, la méthode d'échantillonnage et le mode de passation. De même, la méthode d'échantillonnage doit être soigneusement choisie pour éviter les biais d'échantillonnage, ce qui peut affecter la validité des résultats.

La préparation de la collecte de données s'articule autour de deux étapes principales : la détermination de l'échantillon à interroger et choix du mode d'administration du questionnaire.

## 2. La démarche de constitution d'un échantillon

La première étape consiste pour le chercheur à définir précisément la population qu'il souhaite étudier, tout en identifiant les éventuelles difficultés d'accès. Cette population, souvent appelée « population mère » (population parente, population de référence, etc.), découle de la problématique. Une fois que la population de référence est définie, on passe à une deuxième étape qui consiste à choisir un échantillon. Il est très rare qu'un chercheur réalise son enquête auprès de l'ensemble de la population concernée (par exemple tous les étudiants d'une université ou tous les habitants d'une commune, etc.). En raison de son coût élevé en termes de temps et de ressources financières, on interroge une partie de la population de référence qu'on appelle échantillon. Comme le précise Nicole Berthier (2002 :115), « sonder (ou échantillonner), c'est choisir une partie (échantillon) pour représenter le tout (la population parente) ».



**Fig. 1 – Construction d'un échantillon (Bugeja-Bloch et Couto, 2015 : 57)**

Pour Nicole Berthier (2002 :115), la population parente est définie par les caractéristiques des individus qui les rendent aptes à participer à l'enquête. Les critères d'inclusion seront par exemple :

- Etre mère de famille résidant dans telle commune, ayant au moins un enfant de moins de deux ans dans le mois de l'enquête (pour étudier les besoins en matière de crèche) ;
- Etre retraité ou sans profession de 55 ans et plus au premier janvier de telle année, résidant dans une zone géographique déterminée (pour étudier les comportements et les besoins des personnes âgées inactives en matière de loisirs) ;
- Etre une entreprise salariant au moins un travailleur handicapé depuis plus d'un an à la date de l'enquête (pour une étude sur l'intégration des travailleurs handicapés).

## **2.1. Les méthodes d'échantillonnage**

On distingue généralement deux procédés pour sélectionner un échantillon de la population à étudier :

- La méthode aléatoire ou probabiliste (simple, stratifié, par grappe, etc.)
- La méthode non aléatoire des quotas, appelée aussi « méthode des choix raisonnés » ou encore « méthode empirique ».

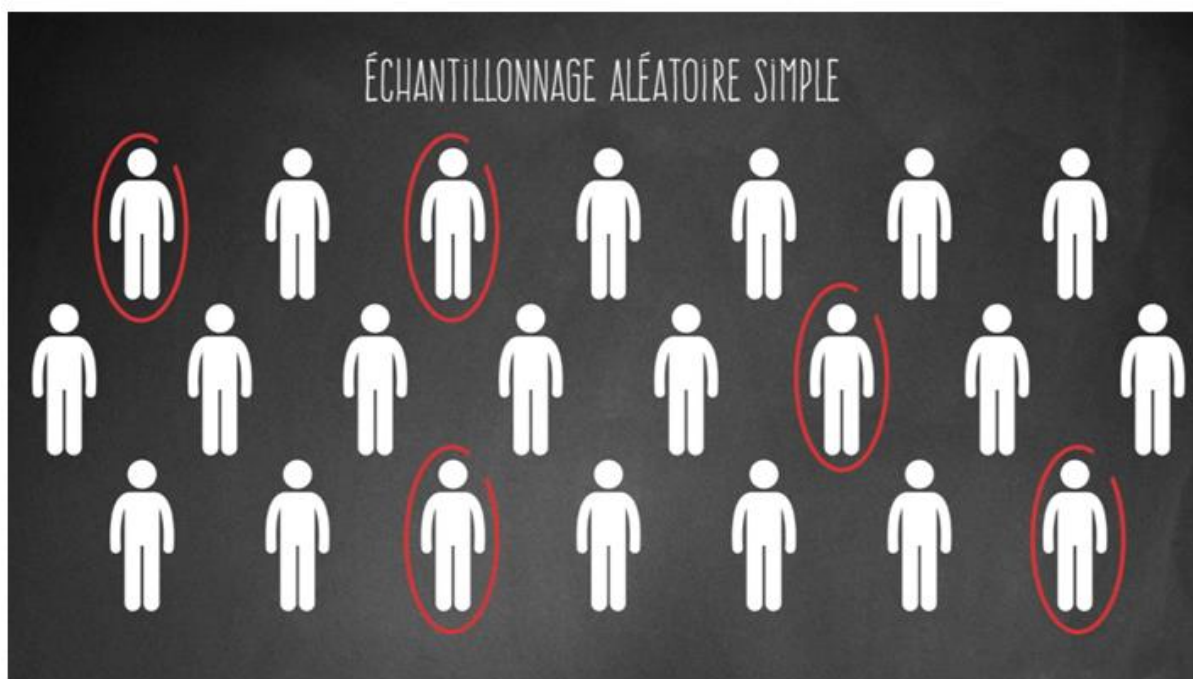
### **2.1.1. Échantillonnage aléatoire**

L'échantillonnage aléatoire fait référence à la sélection d'un échantillon d'une population de manière aléatoire, c'est-à-dire les membres sont sélectionnés au hasard. Dans ce type d'échantillon, les éléments de la population de référence ont des chances égales d'être sélectionnés. Comme l'explique Lièvre (2016 : 96), « L'échantillon est constitué de manière aléatoire si chaque unité de la population a la même probabilité connue, différente de zéro, d'appartenir à cet échantillon. Cela revient à dire que vous connaissez tous les individus de votre population, et que vous tirez « au hasard » le nombre d'individus que vous allez effectivement interroger ».

Il existe quatre grands types d'échantillonnage aléatoire. Le choix de la méthode dépend de divers facteurs tels que la précision des estimations désirée, la nature de la population cible, les informations disponibles à son sujet, etc.

#### **a) Échantillonnage aléatoire simple**

On parle d'échantillonnage aléatoire simple quand tous les éléments de la population ont la même chance d'être sélectionnés. Aussi, chaque échantillon possible a une probabilité identique d'être choisi.



**Fig. 2 – Échantillonnage aléatoire simple<sup>1</sup>**

Pour obtenir ce genre d'échantillons, il est nécessaire d'avoir une liste exhaustive de tous éléments de la population de référence. Cette liste est appelée *base de sondage*. Ensuite, un tirage au sort est effectué d'une manière aléatoire pour obtenir l'échantillon. C'est la raison pour laquelle on utilise généralement un logiciel de traitement de données tel qu'Excel, doté d'un générateur de nombres aléatoires. Concrètement, un échantillon aléatoire simple est constitué en suivant trois étapes (voir Roy et de la Sablonniere, 2015 : 41-42) :

*Étape 1* : On attribue à chaque membre de la population un numéro séquentiel compris entre 1 et  $N$  (taille de la population).

*Étape 2* : On sélectionne au hasard, à l'aide d'un générateur de nombres aléatoires,  $n$  nombres (la taille de l'échantillon), compris entre 1 et  $N$ .

*Étape 3* : On forme l'échantillon d'individus à partir des nombres sélectionnés à l'étape 2.

Au terme de l'enquête, l'échantillon réalisé, c'est-à-dire réellement observé, doit être identique ou presque à l'échantillon choisi au départ (Lièvre, 2016 : 96).

Il convient de noter que cette méthode ne nécessite pas une bonne connaissance de la population étudiée avant le lancement de l'enquête. Cependant, quand la base de sondage est incomplète,

<sup>1</sup> Les figure 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 et 9 ont été prises sur le site FUN (France Université Numérique) : <https://lms.fun-mooc.fr>

la généralisation des résultats obtenus à l'ensemble de la population représentée par l'échantillon est moins fiable.

*Exemple d'un échantillon aléatoire simple*<sup>2</sup>

Pour prélever un échantillon aléatoire simple d'un annuaire téléphonique, il faudrait numéroté en ordre séquentiel chaque entrée ou inscription. S'il y avait 10 000 entrées dans l'annuaire téléphonique et si la taille de l'échantillon était de 2 000 numéros, un ordinateur devrait alors générer au hasard 2 000 numéros entre 1 et 10 000. Tous les numéros auraient la même chance d'être générés par l'ordinateur. Les 2 000 entrées de l'annuaire téléphonique correspondant aux 2 000 numéros aléatoires générés par l'ordinateur composeraient l'échantillon.

*Un autre exemple d'un échantillon aléatoire simple*<sup>3</sup>

L'enseignant du module « Techniques d'enquête » souhaite sélectionner au hasard un échantillon de huit étudiant parmi les 40 étudiants de la section (N = 40).

**Tableau n° 01 : Liste des étudiants (N = 40)**

| Nom        | Nom      | Nom      | Nom        | Nom       |
|------------|----------|----------|------------|-----------|
| Chahla     | Farid    | Tayakout | Sarah      | Zineddine |
| Nadjia     | Kenza    | Nissete  | Abderraouf | Mihad     |
| Zakaria    | Sami     | Youva    | Amir       | Nadine    |
| Abdeslam   | Narimane | Cherifa  | Rayane     | Dany      |
| Walid      | Karine   | Feriel   | Massinissa | Ines      |
| Samira     | Ayoub    | Mohamed  | Hemidouche | Salima    |
| Kamelia    | Meriem   | Oussama  | Wahiba     | Nourhane  |
| Abdelhafit | Imane    | Lyes     | Amira      | Nissete   |

<sup>2</sup> L'exemple est tiré du site : Statistique canada (<https://www150.statcan.gc.ca/n1/edu/power-pouvoir/ch13/prob/5214899-fra.htm>)

<sup>3</sup> Exemple inspiré de Roy et de la Sablonniere, 2015 : 41.

**Tableau n° 02 : Base de sondage**

| N° | Nom        | N° | Nom      | N° | Nom      | N° | Nom        | N° | Nom       |
|----|------------|----|----------|----|----------|----|------------|----|-----------|
| 1  | Chahla     | 9  | Farid    | 17 | Tayakout | 25 | Sarah      | 33 | Zineddine |
| 2  | Nadjia     | 10 | Kenza    | 18 | Nissete  | 26 | Abderraouf | 34 | Nihad     |
| 3  | Zakaria    | 11 | Sami     | 19 | Youva    | 27 | Amir       | 35 | Nadine    |
| 4  | Abdeslam   | 12 | Narimane | 20 | Cherifa  | 28 | Rayane     | 36 | Dany      |
| 5  | Walid      | 13 | Karine   | 21 | Feriel   | 29 | Massinissa | 37 | Ines      |
| 6  | Samira     | 14 | Ayoub    | 22 | Mohamed  | 30 | Hemidouche | 38 | Salima    |
| 7  | Kamelia    | 15 | Meriem   | 23 | Oussama  | 31 | Wahiba     | 39 | Nourhane  |
| 8  | Abdelhafit | 16 | Imane    | 24 | Lyes     | 32 | Amira      | 40 | Nissete   |

*Étape 1* : Attribuez à chaque membre de la population un numéro séquentiel compris entre 1 et 40, soit la taille de la population. On obtient, à partir du tableau n°01, la numérotation présentée dans le tableau n°2 ci-dessus.

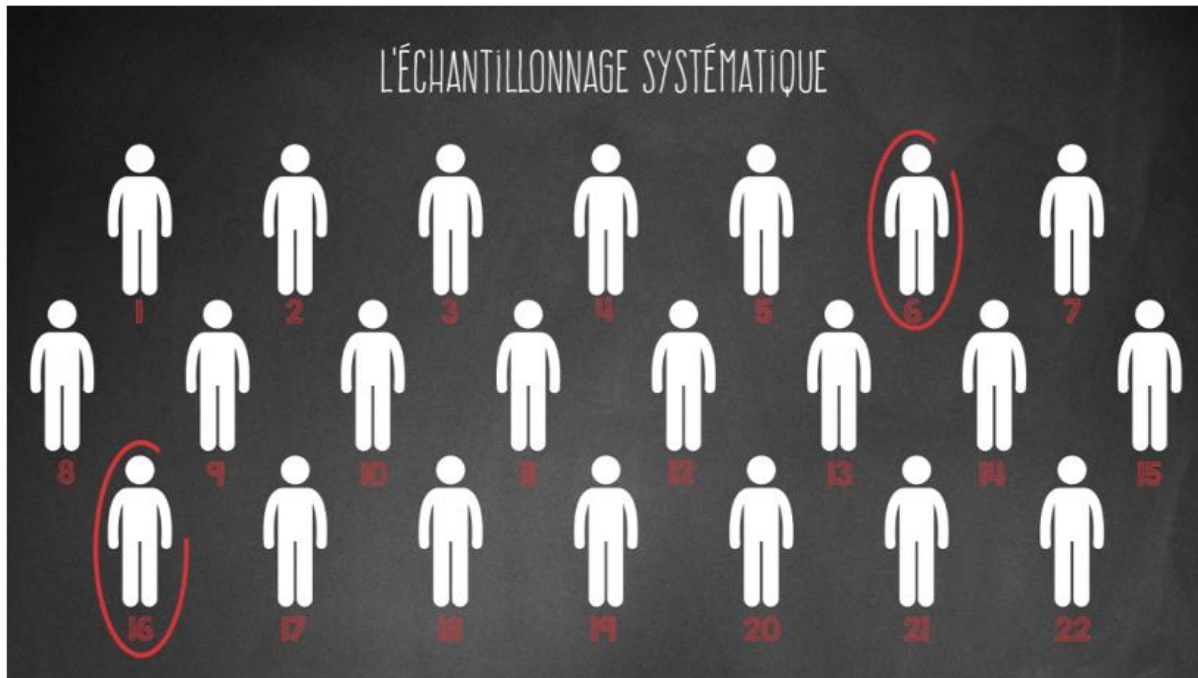
*Étape 2* : Sélectionnez au hasard huit étudiants ( $n = 8$ ), compris entre 1 et 40. En utilisant un générateur de nombres aléatoires, on pourrait obtenir :

13, 16, 4, 8, 34, 9, 37, 10

*Étape 3* : Formez l'échantillon à partir des nombres sélectionnés à l'étape 2. Ici, on obtient :  $n$  : {Karine, Imane, Abdeslam, Abdelhafit, Nihad, Farid, Inès et Kenza}.

#### **b) Échantillonnage aléatoire systématique**

On fait généralement appel à ce genre de techniques quand la liste des membres de la population de référence est longue et homogène. Il s'agit de procéder à un tirage systématique d'un élément à un intervalle régulier (par exemple tous les 25, 50, 100, 500...selon le nombre d'individus à interroger).



**Fig. 3 – Échantillonnage aléatoire systématique**

Par exemple, pour tirer 200 personnes sur 10000, le taux de sondage est de 1/50. La raison de la progression sera 50. Dans ce cas-là, on sélectionne un élément tous les 50 après avoir choisi au hasard un point de départ (entre 1 et 50). Un échantillon est équivalent à un échantillon au hasard simple si la sélection de la première personne se fait de manière aléatoire. (Berthier, 2002 :117-118).

Pour Dominique Roy et Edith de la Sablonniere (2015 :43), la constitution d'un échantillon aléatoire systématique doit se faire en cinq étapes. Pour illustrer ce processus, les deux chercheuses prennent l'exemple d'une présidente d'entreprise qui souhaite évaluer la productivité de ses employés. Les étapes à suivre sont les suivantes :

L'entreprise compte 35 employés, parmi lesquels on décide de prélever un échantillon systématique de taille  $n = 5$ .

*Étape 1* : Attribuez à chaque employé de l'entreprise un numéro compris entre 1 et 35.

*Étape 2* : Déterminez  $k$ . Ici,  $k = N/n = 35/5 = 7$ .

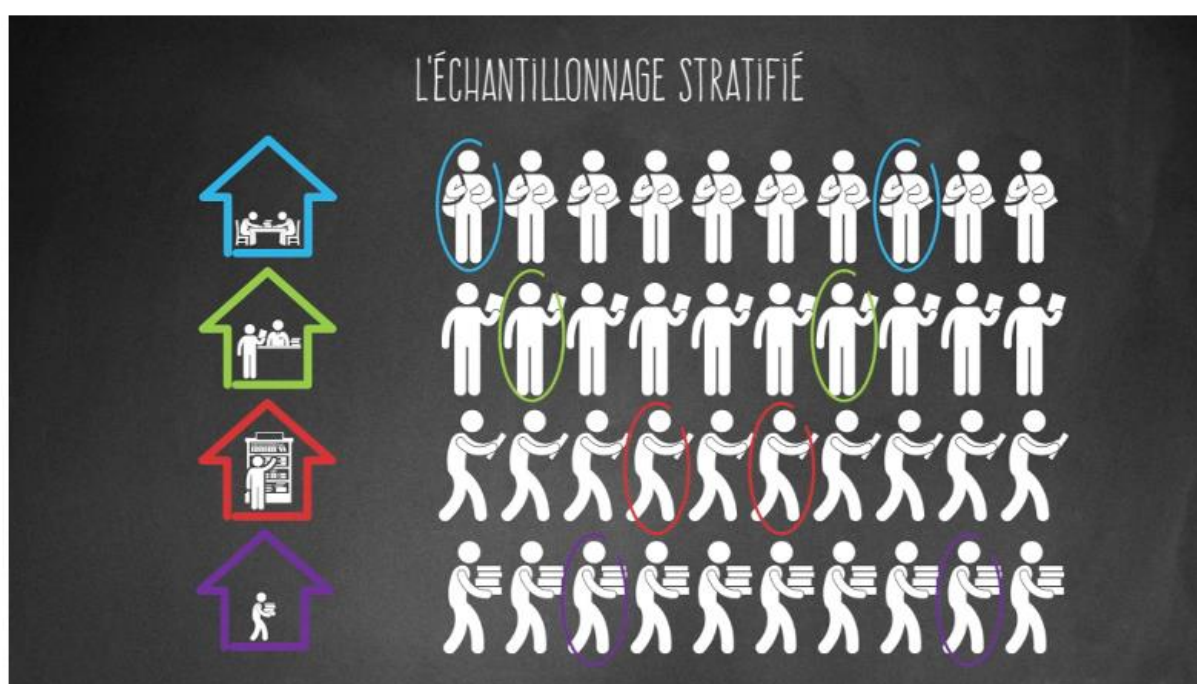
*Étape 3* : Sélectionnez de façon aléatoire un nombre  $a$  (il représente le rang du premier employé choisi). Disons 4.

*Étape 4* : Sélectionnez les quatre autres nombres en ajoutant successivement 7 (le pas de sondage) au nombre 4 obtenu à l'étape 3. Ici, on obtient 11 ( $4 + 7$ ), 18, 25 et 32.

*Étape 5* : Formez l'échantillon d'employés à partir des nombres sélectionnés à l'étape 4. On obtient ainsi les 4e, 11e, 18e, 25e et 32e employés.

### c) Échantillonnage aléatoire stratifié

L'échantillonnage aléatoire stratifié consiste à diviser la population en sous-groupes homogènes, appelés strates, qui sont mutuellement exclusifs. Ensuite, des échantillons indépendants sont prélevés séparément dans chaque strate. Au lieu par exemple de sélectionner 2900 personnes au hasard, on peut sélectionner 50 personnes dans chacune des 58 wilayas algériennes.



**Fig. 4 – Échantillonnage aléatoire stratifié**

Diverses méthodes d'échantillonnage peuvent être employées pour sélectionner les unités au sein des strates, et il est même possible d'utiliser pour chaque strate une méthode d'échantillonnage différente.

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, lieu de résidence ou le revenu, peut servir de critère pour définir les strates. C'est ce que nous précisent Dominique Roy et Edith de la Sablonniere (2015 :44) dans l'extrait suivant : « Cette technique requiert une subdivision préalable de la base de sondage en strates (ou sous-groupes), définies par un critère de stratification significatif,

soit une caractéristique précise telle que le sexe, l'âge, le niveau de scolarité, etc. ». Dans le même sillage, Nicole Berthier (2002 :118) souligne qu'il est nécessaire de choisir un caractère dont la valeur est connue pour chaque sujet avant l'enquête. L'auteur illustre ses propos en ces termes « Par exemple une population d'étudiants interrogés sur ses projets d'avenir pourra être stratifiée selon la filière d'étude principale, donnée par les listes d'inscription à l'université, mais non selon les opinions politiques inconnues avant l'enquête » (*ibid.* :118).

Cette approche nécessite que le chercheur ait une connaissance des caractéristiques de base de la population étudiée, lesquelles doivent également être disponibles dans la base de sondage. Pour Nicole Berthier, il faut aussi que le critère de stratification soit en relation avec l'objet de l'étude. Un autre exemple, tiré de l'ouvrage de Dominique Roy et Edith de la Sablonnière (2015 : 45), vient illustrer notre propos :

« Par exemple, si on veut faire un sondage dans un centre de la petite enfance (CPE), on prend comme critère de stratification la langue maternelle des enfants (en utilisant comme base de sondage la liste des enfants inscrits). Il faut ensuite calculer l'importance relative de chaque strate de la population. Ainsi, la population du CPE compte 25 % d'anglophones ( $18/72 \times 100 \%$ ) et 75 % de francophones ( $54/72 \times 100 \%$ ) (...). On prélève dans chacune des strates un échantillon aléatoire simple, dont la taille dépend de l'importance relative de la strate. Dans le cas où on désire obtenir un échantillon de 8 enfants du CPE, on choisit au hasard 2 anglophones ( $25/100 \times 8$ ) et 6 francophones ( $75/100 \times 8$ ). On obtient enfin l'échantillon de la population à étudier en regroupant tous les échantillons de chaque strate ».

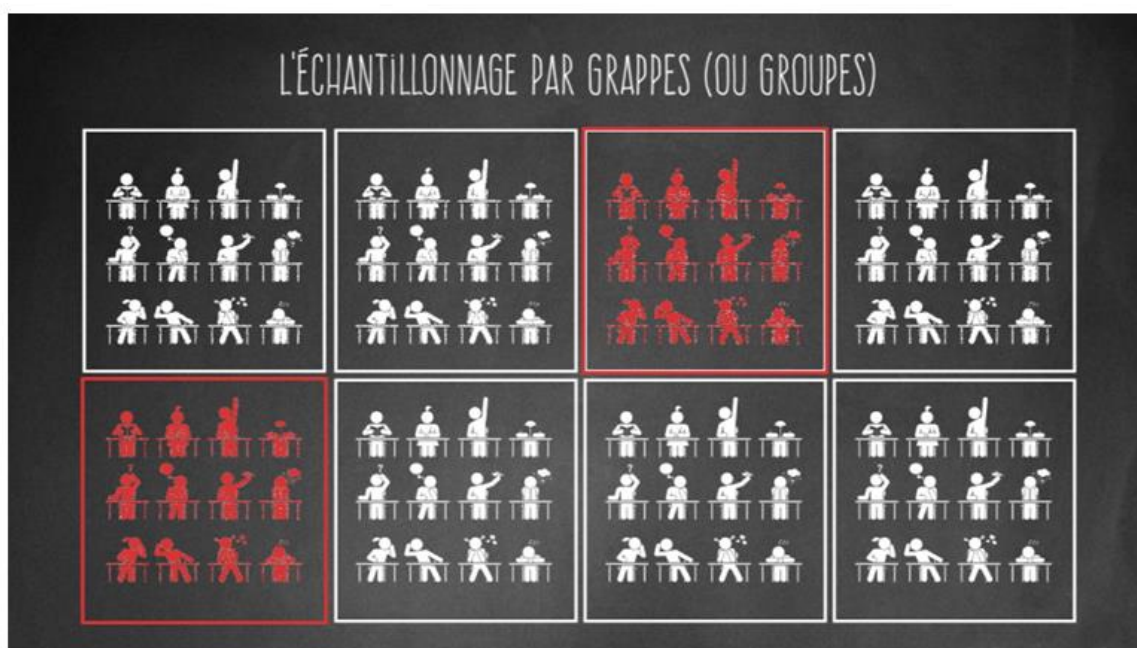
Les sous-échantillons peuvent être sélectionnés avec un taux de sondage constant à l'intérieur de chaque groupe, ou différent d'un groupe à l'autre. Dans le premier cas, la bonne représentativité de l'échantillon selon les critères de stratification est assurée. Dans le second cas, les résultats devront évidemment être pondérés en sens inverse pour rétablir la structure initiale (Nicole Berthier 2002 :118). Le choix d'un taux de sondage différent dans chaque strate peut présenter certains avantages. Nicole Berthier en cite trois cas de figure :

- a- pour diminuer le taux d'une enquête: on peut choisir par exemple un taux de sondage plus faible dans les communes rurales (où l'habitat est plus dispersé) que dans les villes ;
- b- pour étudier avec un fort grossissement un sous-groupe particulièrement intéressant et peu nombreux dans la population (par exemple les cadres dans une étude en entreprises)
- c- pour avoir des sous-groupes de même taille s'ils sont destinés à être comparés.

Ce type de méthode d'échantillonnage, à portée prédéfinie, est la plus rapide à mettre en œuvre.

#### d) Échantillonnage aléatoire par grappes

Dans ce cas, la population est d'abord segmentée en groupes distincts (appelées « grappes »), parmi lesquels l'enquêteur en choisit un certain nombre de manière aléatoire. Ensuite, tous les individus appartenant aux groupes sélectionnés sont inclus dans l'enquête. On fait appel à cette technique lorsque la mise en place d'un échantillonnage systématique ou stratifié s'avère trop complexe ou coûteuse.



**Fig. 5 – Échantillonnage aléatoire par grappes**

Prenons l'exemple d'une enquête visant une population de lycéens dans une wilaya quelconque. Bien qu'il soit possible, en théorie, d'obtenir une liste exhaustive des individus pour constituer une base de sondage, il serait particulièrement difficile de se déplacer dans l'ensemble des établissements de la wilaya afin d'interroger chaque élève individuellement. Une approche plus efficace consisterait à sélectionner des classes, considérées comme des grappes, et à enquêter auprès de l'ensemble des élèves de ces classes. Il faut rappeler que, dans un échantillon stratifié, des unités sont sélectionnées au sein de chaque strate. C'est ce qui distingue d'ailleurs les deux techniques. Cependant, l'un des inconvénients de cette méthode est la difficulté d'obtenir un échantillon dont la taille est précisément définie à l'avance.

Pour illustrer concrètement comment l'on peut appliquer l'échantillonnage par grappes dans le cadre d'une enquête, Dominique Roy et Edith de la Sablonnière (2015 : 48) proposent l'exemple suivant : « Pour faire une étude de marché sur un nouveau produit auprès des consommateurs, on décide de faire un échantillonnage par grappes : On subdivise une ville en quartiers et chaque quartier en rues, puis on choisit de manière aléatoire quatre rues dans différents quartiers de la ville. Chacune des rues retenues constitue une grappe. On interroge ensuite toutes les personnes résidant dans l'une des rues choisies. Généralement, on détermine les grappes de manière qu'elles contiennent approximativement le même nombre d'individus ».

### 2.1.2. Échantillonnage non aléatoire

L'échantillonnage non aléatoire (ou non probabiliste) repose sur une méthode subjective de sélection des unités au sein d'une population. Dans ce cas de figure, les individus ne sont pas choisis au hasard. Autrement dit, tous les individus n'ont pas les mêmes probabilités d'être inclus dans l'échantillon. Généralement, l'échantillonnage non aléatoire est utilisé lorsque le chercheur ne dispose pas d'une liste complète des individus composant la population cible.

L'échantillonnage non aléatoire présente plusieurs avantages. Premièrement, il permet de collecter des données de manière rapide, ce qui le rend particulièrement efficace dans les enquêtes nécessitant des résultats dans des délais réduits. Cette méthode se distingue aussi par sa simplicité, car elle est facile à mettre en œuvre et ne nécessite pas de procédures complexes. Enfin, l'échantillonnage non probabiliste est peu coûteux, notamment parce qu'il ne demande pas une base de sondage complète.

Il s'agit donc d'une méthode pratique lorsque le temps et les ressources dont dispose le chercheur sont limités. Par contre, l'un des inconvénients majeurs de ce type d'échantillonnage est qu'il « offre une moins bonne représentativité, ce qui empêche la généralisation des résultats tirés d'un échantillon à l'ensemble de la population » (*ibid.* : 49)

Pour mettre en lumière les distinctions entre échantillonnage aléatoire et non aléatoire, Dominique Roy et Edith de la Sablonnière (2015 : 49) avancent la comparaison suivante : « Un échantillonnage aléatoire avec base de sondage se compare à une loterie dans laquelle tous les numéros ont une chance égale d'être pigés. Un échantillonnage non aléatoire sans base de sondage se compare plutôt à la pêche. On sait où se trouve la population cible, soit dans le lac, mais on ignore combien il y a de poissons, et ceux qui nagent en surface ont bien plus de chances

de mordre que ceux qui nagent en profondeur. Il est même certain qu'une partie des poissons ne s'accrocheront pas à l'hameçon ».

Il existe plusieurs méthodes pour composer des échantillons non aléatoires :

**a) Échantillonnage non aléatoire « de convenance » ou « de commodité »**

Dans le cas de l'échantillon de convenance (appelé également « *échantillon à l'aveuglette* », « *échantillon de commodité* » ou encore « *échantillon accidentel* »), les unités sont sélectionnées de manière arbitraire, avec peu ou pas de planification : « L'échantillon se construit au fur et à mesure que les individus se présentent à un endroit et à un moment déterminé à l'avance par des considérations pratiques » (*ibid.* : 49). Cette méthode suppose que les unités de la population sont toutes semblables, et que n'importe quelle unité peut être incluse dans l'échantillon.



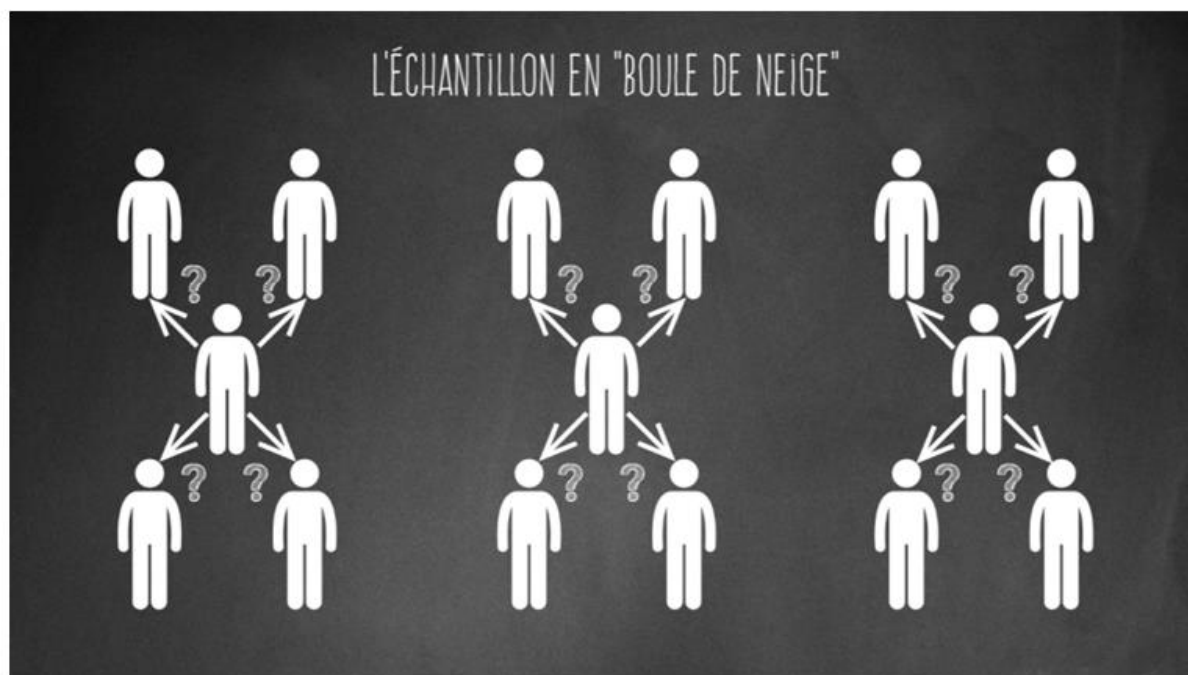
**Fig. 6 – Échantillonnage non aléatoire « de convenance » ou « de commodité »**

Par exemple, dans le cadre d'une enquête menée auprès d'étudiants sur un campus universitaire, l'échantillonnage de commodité consiste à interroger les étudiants présents sur place, disposant de temps libre et acceptant de répondre au questionnaire.

**b) Échantillonnage non aléatoire « de boule de neige »**

Cette méthode est utilisée lorsque le chercheur rencontre des difficultés à trouver des participants à l'enquête, parce qu'ils appartiennent à un groupe minoritaire ou à une catégorie

sociale spécifique. Cette approche repose sur la localisation progressive des répondants en sollicitant les personnes qu'on a déjà rencontrées pour savoir si elles connaissent d'autres individus présentant des caractéristiques similaires, puis en établissant un lien avec ces nouveaux interlocuteurs, et ainsi de suite. Il s'agit donc de construire un réseau permettant de retracer les répondants recherchés au fur et à mesure de l'avancement de l'enquête.



**Fig. 7 – Échantillonnage non aléatoire « de boule de neige »**

L'échantillonnage en boule de neige est particulièrement adapté aux populations rares ou difficiles d'accès, telles que les personnes en situation de handicap, les sans-abri, les personnes âgées, les toxicomanes... qui ne peuvent pas être facilement identifiés à partir d'une base de sondage. Par exemple (voir Gumuchian et Marois, 2000), entreprendre une enquête auprès de personnes âgées demeurant à leur domicile dans un quartier précis ne peut être menée à bien à partir de l'annuaire téléphonique car les informations ne figurent pas dans un tel document. Il faut plutôt passer par des associations de personnes âgées du quartier pour retracer et localiser ces personnes âgées à leur domicile.

Les chercheurs recourent également à cette méthode d'échantillonnage lorsque le sujet traité est sensible, comme dans les enquêtes portant sur le VIH/sida. En raison de la nature délicate de ce sujet, les victimes sont peu disposées à répondre aux questions. Cependant, les chercheurs peuvent mobiliser leurs contacts personnels ou des bénévoles engagés dans la cause (associations...) pour entrer en contact avec les victimes et récolter des informations.

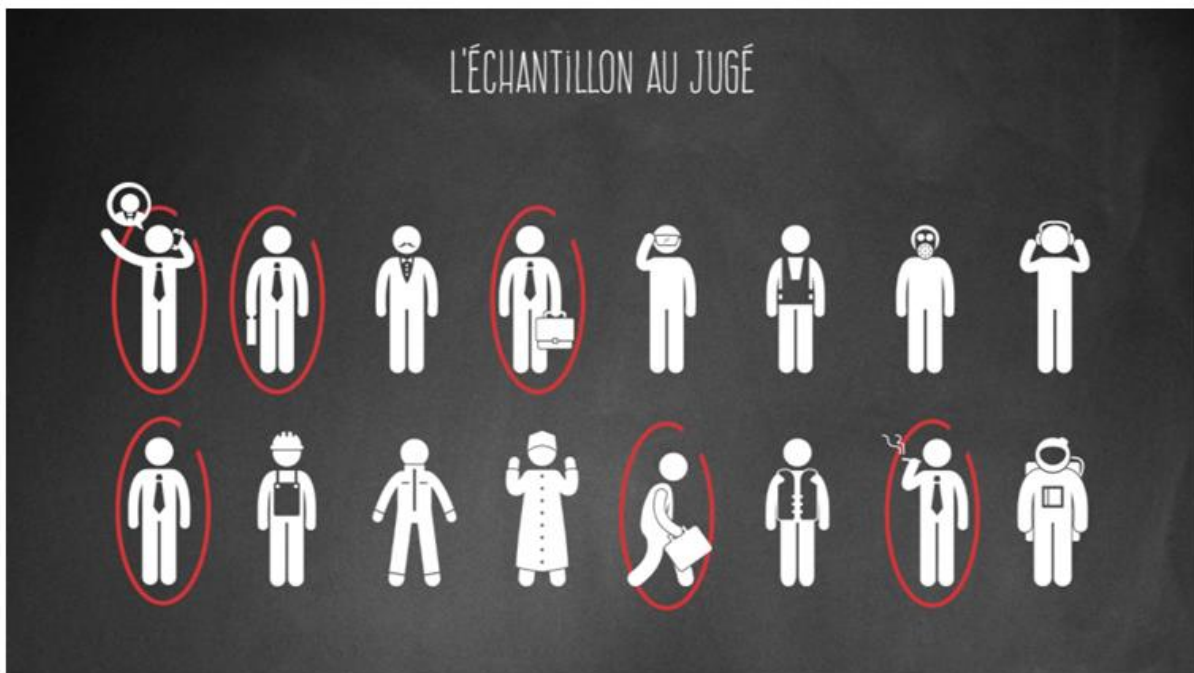
Le principal inconvénient de cette méthode réside dans l'introduction d'un biais, qui conduit à une homogénéité de l'échantillon. En conséquence, certains groupes seront surreprésentés alors que d'autres, parce qu'ils sont isolés, ne seront pas interrogés dans le cadre de cette enquête.

### c) Échantillonnage non aléatoire « au jugé »

Dans cette méthode d'échantillonnage non aléatoire, les chercheurs sélectionnent les participants en fonction de :

- Leurs connaissances
- Leur compréhension de la question de recherche
- Leurs objectifs

Les enquêteurs font généralement appel à l'échantillonnage au jugé quand ils estiment que les autres techniques d'échantillonnage prendront plus de temps et qu'ils ont confiance en leurs connaissances pour choisir un échantillon aux besoins de la recherche. Pour Dominique Roy et Edith de la Sablonnière (2015 : 50) : « La qualité de l'échantillon dépend du degré d'expertise des spécialistes chargés de le construire »



**Fig. 8 – Échantillonnage non aléatoire « au jugé »**

Dans l'échantillonnage au jugé, l'échantillon est sélectionné sur la base de certains jugements du chercheur concernant l'ensemble de la population c'est-à-dire « L'hypothèse sur laquelle repose son utilisation est que l'enquêteur choisira des unités qui seront représentatives de la population. La question centrale dans ce genre de méthode réside dans l'objectivité : Dans

quelle mesure peut-on se fier à son jugement pour en arriver à un échantillon typique ? : « L'échantillonnage au jugé est exposé aux préjugés du chercheur et est peut-être encore davantage biaisé que l'échantillonnage de commodité ou à l'aveuglette. Étant donné que l'échantillonnage au jugé reflète toutes les idées préconçues que risque d'avoir le chercheur, il peut y avoir introduction de biais importants si ces idées sont inexactes. »<sup>4</sup>. En d'autres termes, lorsque l'enquêteur choisit des participants qu'il estime représentatifs de la population, il agit en fonction de critères qui sont, par nature, subjectifs.

*Exemple de l'échantillonnage non aléatoire « au jugé » (Roy et de la Sablonnière, 2015 : 51) :*

« On opte pour l'échantillonnage au jugé dans le cas de travaux expérimentaux, d'enquêtes rapides ou de recherches préparatoires à une étude plus vaste. Si, par exemple, une compagnie de marketing décide de mener une enquête préliminaire sur un produit destiné aux étudiants, les interviewers peuvent recruter un échantillon dans une station de métro achalandée en s'adressant aux passagers qui ont l'air d'étudiants ».

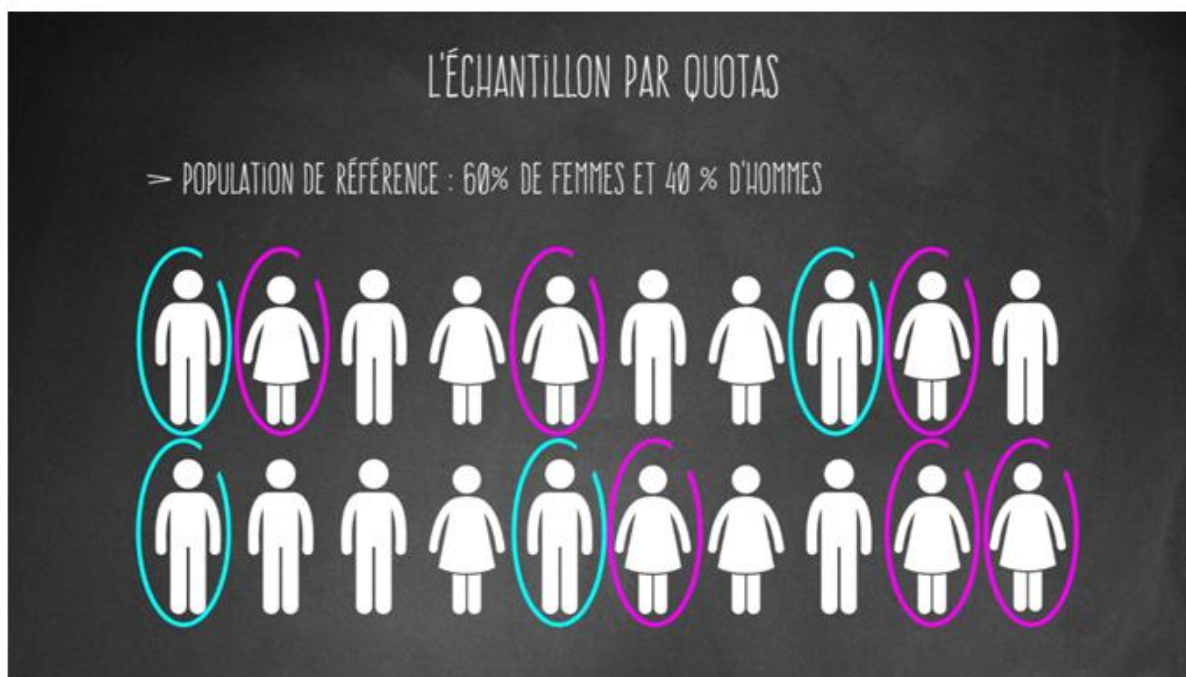
L'un des avantages majeurs de l'échantillonnage au jugé réside dans la réduction des coûts et du temps nécessaires pour obtenir l'échantillon.

#### **d) L'échantillonnage par quotas**

L'échantillonnage par quotas est la technique la plus utilisée par les instituts de sondage, en raison de son faible coût, de sa facilité d'administration et de sa capacité à respecter les proportions de la population. Elle consiste à constituer l'échantillon en fonction d'une norme préalablement définie. Il faut surtout que l'échantillon reproduise de la manière la plus fidèle possible la population étudiée : « Les quotas sont souvent établis de façon à être sensiblement proportionnels à la fraction de la population représentée par chaque groupe » (Satin et Shastry, 1993).

---

<sup>4</sup> <https://adaptationscolaireefb.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/09/c3a9chantillonnage.pdf>



**Fig. 9 – Échantillonnage non aléatoire par quotas**

Par exemple, si la population de référence se compose de 60 % de femmes et 40 % d'hommes, l'échantillon devra refléter cette proportion. Lorsqu'on fait appel à ce genre de méthode, il faut qu'on dispose de certaines données statistiques sur la population cible, permettant de former des groupes basés sur des critères tels le genre, l'âge ou encore la catégorie socio-professionnelle.

L'échantillonnage par quotas présente des similitudes avec l'échantillonnage stratifié, notamment dans le regroupement d'unités similaires, mais s'en distingue par le mode de sélection des participants. Alors que l'échantillonnage stratifié repose sur une sélection aléatoire, l'échantillonnage par quotas utilise une méthode non probabiliste, laissant généralement à l'enquêteur le soin de choisir les individus.

*Exemple de l'échantillonnage non aléatoire par quotas <sup>5</sup> :*

La commission sociale des étudiants de l'UGB veut jauger l'opinion de ces derniers au sujet de la qualité de leurs activités parascolaires. Elle décide d'interroger 100 des 1 000 étudiants de l'UGB en utilisant comme sous population les années d'études (c'est-à-dire les 1, 2, 3, 4, 5 et 6ième année). Le tableau ci-dessous fournit le nombre d'étudiants.

<sup>5</sup> <http://foad.ugb.sn/mod/book/view.php?id=1195&chapterid=559>

**Tableau n°03 : Nombre d'étudiants inscrits à l'UGB, par année d'études**

| Année d'études | Nombre d'étudiants | Pourcentage des étudiants (%) | Quota d'étudiants à l'intérieur de l'échantillon de 100 |
|----------------|--------------------|-------------------------------|---------------------------------------------------------|
| 1              | 150                | 15                            | 15                                                      |
| 2              | 220                | 22                            | 22                                                      |
| 3              | 160                | 16                            | 16                                                      |
| 4              | 150                | 15                            | 15                                                      |
| 5              | 200                | 20                            | 20                                                      |
| 6              | 120                | 12                            | 12                                                      |
| Total          | 1 000              | 100                           | 100                                                     |

La principale différence entre l'échantillonnage stratifié et l'échantillonnage par quotas réside dans la méthode de sélection des participants. L'échantillonnage stratifié repose sur des techniques probabilistes, telles que l'échantillonnage aléatoire simple ou systématique, alors que l'échantillonnage par quotas ne fait pas appel à de telles méthodes. Par exemple, pour sélectionner 15 étudiants, on pourrait simplement choisir les 15 premiers étudiants de quatrième année entrant au restaurant un jour donné, ou encore les 15 étudiants assis dans les deux premières rangées d'une classe particulière. Cependant, ce procédé ignore le fait que les étudiants arrivant en retard ou préférant s'asseoir au fond de la classe pourraient avoir des opinions différentes de ceux qui arrivent plus tôt ou s'assoient devant, ce qui peut introduire des biais dans l'échantillon <sup>6</sup>.

La principale critique adressée à l'échantillonnage par quotas réside dans son non-respect du principe fondamental de sélection aléatoire. Cela peut entraîner l'exclusion de certaines unités, ou rendre leur probabilité de sélection inconnue, augmentant ainsi le risque de biais dans l'échantillon <sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> *Idem*

<sup>7</sup> *Idem*

## **2.2. Qu'est-ce qu'un échantillon représentatif ?**

Un échantillon représentatif est un sous-ensemble d'une population qui reflète fidèlement les caractéristiques de cette dernière. Il permet de généraliser les résultats obtenus à l'ensemble de la population cible. Cela signifie que les proportions de différents groupes (âge, sexe, origine géographique, etc.) dans l'échantillon doivent correspondre à celles de la population totale comme le soulignent Bugeja-Bloch et Couto (2015 : 57) : « La qualité d'un échantillon dépend de sa capacité à généraliser ce que l'on y observe à la population d'ensemble ».

La taille de l'échantillon joue un rôle important dans la représentativité des résultats d'une étude quantitative. Si l'échantillon est très réduit, les résultats peuvent être influencés par des réponses marginales. De tels échantillons courent le risque de ne pas pouvoir couvrir la diversité des opinions ou comportements présents dans la population cible. En d'autres termes, plus l'échantillon est grand, plus la marge d'erreur est réduite. : « La loi des grands nombres établit que plus un échantillon est grand, plus il y a de chances qu'il soit représentatif » (Roy et de la sablonniere, 2015 : 38).

## **3. La détermination du mode de collecte de données**

Une fois l'échantillon défini, l'enquêteur doit choisir la méthode de collecte des données. Cette étape est importante, car la qualité des données à récolter dépend largement de la rigueur avec laquelle le questionnaire a été administré. Le mode d'administration du questionnaire peut varier en fonction des moyens financiers disponibles, de la nature des informations recherchées, et des caractéristiques des participants.

Les modes de passation des questionnaires se divisent généralement en deux grandes familles : ceux qui impliquent la présence d'un enquêteur et ceux qui s'en passent. Lorsque les participants remplissent le questionnaire sans la présence d'un enquêteur, on parlera d'un questionnaire auto-administré.

Chaque mode de passation a ses avantages et ses inconvénients. Il est donc important de choisir celui qui correspond le mieux aux objectifs de l'enquête. Certains sujets, par exemple, se prêtent davantage à une enquête téléphonique, qui instaure une certaine distance entre l'enquêteur et l'enquêté, plutôt qu'à une enquête en face-à-face, où la présence de l'enquêteur risque de biaiser les données surtout lorsque l'on traite des sujets sensibles.

### 3.1. La passation par l'enquêteur

La passation de questionnaires en présence d'un enquêteur présente plusieurs atouts qui peuvent améliorer la qualité des données recueillies. La présence de l'enquêteur peut inciter les enquêtés réticents à répondre en leur expliquant l'importance de l'enquête et en les rassurant sur l'anonymat des réponses. Aussi, les enquêtés sont encouragés à répondre au questionnaire, car dans ce mode de passation « les questions sont formulées oralement par quelqu'un qui attend un retour » (Fenneteau, 2015 : 47). Cela permet souvent d'augmenter le taux de réponse et d'obtenir des réponses plus complètes.

Pour Fenneteau (2015 : 47, l'enquêteur exerce un contrôle sur les individus qu'il interroge : « Il peut notamment refuser d'enregistrer les réponses erronées et demander qu'elles soient corrigées en signalant à la personne interrogée qu'elle vient, par exemple, de sélectionner deux modalités de réponse alors qu'elle doit en fournir une seule ». Lorsque le questionnaire est administré par un enquêteur, les participants prennent connaissance des questions dans l'ordre choisi par l'auteur du questionnaire. Cela permet de mieux gérer les interactions entre les différentes questions (*ibid.* : 47).

Il existe deux modalités pour administrer les questionnaires avec un enquêteur : le face-à-face et l'enquête par téléphone. Bien qu'elles présentent des similitudes, chacune de ces méthodes comporte également des particularités.

#### 3.1.1. Le face à face

Le mode d'administration des questionnaires, privilégiant le face-à-face, présente plusieurs avantages. Pour Hervé Fenneteau (2015 :48), la présence de l'enquêteur stimule fortement les répondants, les incitant à se concentrer et à prendre au sérieux les questions posées. Le face-à-face facilite également l'utilisation de questions ouvertes, permettant aux participants de s'exprimer librement et de réfléchir davantage. De plus, cette technique permet de capter des nuances qui échappent souvent aux simples réponses écrites. Comme le soulignent Sylvain Giroux et Ginette Tremblay (2009 : 127) dans la citation suivante « Grâce à l'observation des comportements du répondant, il permet de remarquer les hésitations de ce dernier et de déceler les faiblesses du questionnaire, le cas échéant ».

Le face-à-face donne la possibilité à l'enquêteur de demander des précisions sur certaines réponses, ce qui enrichit les données recueillies. De plus, l'enquêteur « exerce un contrôle très étendu. Il vérifie notamment que la personne qui s'apprête à répondre est bien celle qui doit être

interrogée (le père de famille et non pas le plus âgé des enfants, par exemple). Il veille également à ce que cette personne réponde seule, sans intervention de son entourage en s'assurant que la bonne personne répond et que celle-ci le fait sans influence extérieure. Ce mode d'administration est également celui dont on peut attendre le plus fort taux de réponse au plus grand nombre de questions » (Fenneteau, 2015 : 48). Enfin, il est fortement recommandé de présenter les questions de façon parfaitement identiques à tous les enquêtés c'est-à-dire « le chercheur devait faire preuve de la neutralité la plus absolue » (Giroux et Tremblay, 2009 : 127).

### **3.1.2. L'enquête par téléphone**

Principalement utilisée par les instituts de sondage pour des raisons économiques, cette méthode connaît un essor croissant dans le monde de la recherche, surtout depuis la généralisation de la téléphonie mobile. L'administration des questionnaires par téléphone présente plusieurs avantages. Elle permet de joindre facilement des personnes éloignées, offrant ainsi la possibilité de mener des enquêtes auprès de populations géographiquement dispersées, sans effectuer des déplacements. Cette méthode est particulièrement efficace pour atteindre des individus difficiles à rencontrer en face-à-face, tels que des professionnels occupés ou des personnes actives qui ne sont souvent disponibles que tard le soir (Fenneteau, 2015 : 50-51).

Un autre avantage de cette méthode réside dans la rapidité d'obtention des résultats. Les enquêteurs peuvent interroger un grand nombre de personnes en peu de temps, et les réponses sont instantanément enregistrées sur un support informatique. Cela permet une collecte de données efficace et rapide, tout en maintenant un coût relativement modéré : « le budget requis est plus faible que dans les enquêtes en face à face car il n'y pas de déplacement à effectuer » (*ibid.* : 51).

Enfin, dans ce genre d'enquête, le risque d'obtenir des réponses dissimulées ou de façade est relativement réduit. Dans le même sillage, Hervé Fenneteau (2015 : 51) souligne « Lorsque des questions sensibles sont abordées, la distance que le téléphone instaure entre l'enquêteur et la personne interrogée aide cette dernière à s'exprimer librement en lui donnant le sentiment qu'elle est protégée ». Une fois la confiance établie, l'entretien en face à face offre la possibilité d'aborder des sujets délicats ou personnels, tout en réduisant les biais de désirabilité sociale. Cela est particulièrement important dans le cas de thèmes sensibles, tels que les maladies mentales, où les répondants peuvent hésiter à partager leurs expériences. Par contre, le

questionnaire doit être concis, de manière à ce que la collecte des réponses ne prenne pas plus de vingt minutes.

### **3.2. Questionnaire auto-administré**

Les questionnaires auto-administrés constituent un moyen efficace pour interroger un large public à un coût réduit. En offrant un support visuel, ces questionnaires permettent aux répondants d'utiliser des échelles de mesure et d'intégrer des éléments graphiques tels que des schémas ou des photos. Ce format réduit également le risque d'obtenir des réponses superficielles dues à la peur d'être jugé, comme on peut le lire dans ce passage : « Bien qu'il ne disparaisse pas totalement, c'est avec ce procédé que le risque d'obtenir des réponses de façade est le plus faible. Il est plus facile d'indiquer que l'on a un comportement marginal en cochant une case qu'en parlant à un enquêteur » (*ibid.* : 52-53). De plus, les questionnaires auto-administrés offrent une flexibilité en termes de temps, permettant aux répondants de répondre à leur rythme.

Cependant, comme le souligne Hervé Fenneteau (2015 : 53), les questionnaires auto-administrés présentent deux inconvénients majeurs. D'une part, l'absence de l'enquêteur tend à réduire le taux de réponse. En effet, la courtoisie pousse souvent les individus à répondre lorsqu'un enquêteur est présent, alors qu'avec un questionnaire auto-administré, rien ne les empêche de refuser de le remplir ou d'abandonner après en avoir commencé à le lire. D'autre part, les réponses obtenues sont souvent partielles. Les personnes qui répondent seules à un questionnaire peuvent facilement éviter les questions qui les gênent et négliger celles qui ne les intéressent pas.

Il existe plusieurs types de questionnaires auto-administrés. Ceux-ci peuvent être remis en mains propres au répondant, envoyés par voie postale ou administrés en ligne. Le choix du mode d'administration dépend de plusieurs facteurs, tels que le budget disponible, le délai imparti, la disponibilité des répondants et la nature du sujet traité.

#### **3.2.1. Questionnaire auto-administré (remis en mains propres au répondant)**

Le questionnaire papier auto-administré est un outil classique de collecte de données, impliquant l'utilisation de formulaires papier remis en mains propres aux informateurs. Ces derniers remplissent le questionnaire en toute autonomie avant de le retourner à l'enquêteur.

Malgré l'émergence de techniques plus modernes, comme les enquêtes téléphoniques et en ligne, les questionnaires auto-administrés remis en mains propres au répondant restent

largement utilisés en raison de leurs nombreux avantages. Ce format est particulièrement adapté pour aborder des sujets sensibles ou personnels. Grâce à un degré élevé d'anonymat, les répondants sont plus enclins à fournir des réponses sincères et spontanées.

Cependant, la réussite de ce type d'enquête dépend de la clarté des questions posées, car l'absence d'un enquêteur ne permet pas de clarifier les consignes ou de répondre aux éventuelles interrogations des participants. À ce propos, Fanny Bugeja-Bloch et Marie-Paule Couto (2021 : 65) notent « Ce mode de passation nécessite donc un travail de rédaction du questionnaire supplémentaire afin de le rendre attractif et de lutter contre les abandons. Néanmoins, ils demeurent un outil incontournable dans le monde de la recherche, même à l'ère des technologies numériques ».

### **3.2.2. Questionnaire envoyé par voie postale**

La passation des questionnaires par voie postale offre plusieurs avantages. Elle permet aux répondants de prendre leur temps pour réfléchir, rassembler des informations avant de le remplir. Ce mode d'administration permet également d'atteindre un large échantillon réparti dans l'espace en appliquant les techniques d'échantillonnage aléatoire.

Tout comme le questionnaire remis en mains propres, ce mode de passation est également adapté pour aborder des sujets complexes, notamment ceux liés à des comportements socialement réprouvés. Il permet aussi de toucher des populations diverses, indépendamment de leur accès aux outils numériques. À ce propos, Fenneteau (2015 : 53) souligne « Ce mode d'administration ne fait appel à aucun équipement électronique et permet de contacter toutes les catégories de la population, notamment les personnes âgées qui ne disposent pas d'un accès à Internet. Il faut cependant posséder un fichier d'adresses à jour ».

Pour réduire la durée de la collecte des réponses, qui peut s'étendre sur plusieurs semaines, on recommande aux enquêteurs d'effectuer des relances souvent accompagnées d'un nouvel exemplaire du questionnaire. Cela permet aussi d'augmenter le taux de réponse.

### **3.2.3. Questionnaire auto-administré par Internet**

Avec le développement d'Internet, il est de plus en plus fréquent d'utiliser cette technique dans la pratique des enquêtes. Dans ce genre d'études, les participants remplissent le formulaire sans l'assistance d'un enquêteur. En offrant un environnement anonyme, ces outils encouragent les répondants à fournir des réponses plus sincères et spontanées.

Les questionnaires en ligne présentent de nombreux avantages par rapport aux questionnaires papier. Ils sont généralement moins coûteux à administrer en éliminant les frais d'impression, d'envoi et de saisie manuelle des données. Un autre atout majeur des questionnaires en ligne est la rapidité de collecte des réponses qui est quasi instantanée.

De plus, les questionnaires en ligne peuvent être distribués via divers canaux (email, réseaux sociaux, sites web), facilitant ainsi la participation d'un public beaucoup plus large, sans contraintes géographiques. Grâce à leur format numérique, ils minimisent les erreurs liées à la transcription des réponses. Aussi, lorsque le questionnaire est rempli en ligne, les données sont également plus facilement exploitables, car elles sont déjà enregistrées au format numérique.

Il faut noter qu'il existe plusieurs outils pour créer des questionnaires en ligne, on peut citer : *SurveyMonkey*, *Google Forms*, *Typeform*, *Drag'n Survey*, *Eval&Go*, *HubSpot* et *Zoho Survey*. Chacun de ces outils propose des fonctionnalités variées et une interface adaptée, permettant aux enquêteurs de concevoir des questionnaires en fonction de leurs besoins. Les éditeurs de logiciels de traitement statistique, tels que *Sphinx iQ*, *Ethnos SPSS*, ont également développé des programmes professionnels intégrant des modules dédiés à la réalisation de genre d'enquêtes.

Enfin, ce mode d'administration du questionnaire nous donne deux possibilités pour recruter les répondants : « La première repose sur des fenêtres pop-up ou des liens qui sont introduits sur le site Internet du commanditaire de l'enquête et qui incitent les visiteurs de ce site à répondre à un questionnaire en ligne auquel ils peuvent accéder par un simple clic.(...) La seconde façon de procéder, plus rigoureuse, consiste à constituer un échantillon contrôlé par quotas en utilisant des fichiers clients, des panels ou des fichiers qualifiés vendus par des sociétés spécialisées avec le profil et les coordonnées des personnes listées. Les individus sélectionnés sont contactés par courrier, généralement électronique, et invités à consulter une page Web qui donne accès à un questionnaire en ligne. Ils répondent en cliquant sur des cases à cocher ou en remplissant des zones de saisie, puis transmettent leurs réponses en cliquant sur un bouton prévu à cet effet » (*ibid.* : 55)

Le tableau ci-dessous, emprunté à Sylvain Giroux et Ginette Tremblay (2009 : 126), présente une vue d'ensemble des principales techniques d'administration des questionnaires, en mettant en lumière leurs caractéristiques distinctives. Chaque méthode a ses propres atouts et limites qui peuvent impacter la qualité des données recueillies.

| Techniques                                                                 | Avantages                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Inconvénients                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Questionnaire- entrevue</b><br>(tête-à-tête)                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diminue les risques que le répondant n'aille pas jusqu'au bout du questionnaire-entrevue.</li> <li>• Augmente les possibilités de pouvoir faire d'autres entrevues avec le même répondant.</li> <li>• Permet de répondre à des questions éventuelles du répondant.</li> <li>• Permet de bien comprendre les réponses des répondants.</li> <li>• Permet de mener des enquêtes complexes quant à la séquence des questions posées et aux instructions données aux répondants.</li> <li>• Permet de faire de longues enquêtes.</li> <li>• Permet (une fois la confiance établie) de poser des questions sur des sujets délicats ou personnels.</li> <li>• Diminue les biais de désirabilité sociale sur des sujets délicats où il y a des éléments de détresse psychologique (maladies mentales ou autres).</li> <li>• Permet de contrôler la qualité des réponses fournies.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Est coûteux.</li> <li>• Requiert des interviewers qualifiés.</li> <li>• Est limité aux échantillons facilement accessibles.</li> <li>• Ne permet pas d'appliquer un échantillonnage aléatoire.</li> <li>• Requiert du temps.</li> <li>• Ne permet pas l'utilisation d'éléments graphiques.</li> </ul>                                                                                                                               |
| <b>Questionnaire administré par téléphone</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Présente un bon rapport qualité/prix.</li> <li>• Permet d'appliquer un échantillonnage aléatoire</li> <li>• Requiert une supervision des interviewers.</li> <li>• N'exige pas de déplacement de la part du chercheur.</li> <li>• Permet de contrôler la qualité des réponses fournies.</li> <li>• Peut être enregistré (avec l'autorisation du répondant) et analysé en profondeur.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Est limité aux personnes qui ont le téléphone.</li> <li>• Ne permet pas de joindre les gens (surtout des jeunes) qui n'utilisent que le cellulaire.</li> <li>• Présente un taux de non-réponses élevé (surtout chez les propriétaires de cellulaires).</li> <li>• Ne peut être utilisé que pour des questionnaires courts (moins de 15 minutes).</li> <li>• Ne permet pas l'utilisation d'éléments</li> </ul>                       |
| <b>Questionnaire auto administré (remis en mains propres au répondant)</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Présente un assez bon rapport qualité/prix.</li> <li>• Permet de poser des questions à choix multiples.</li> <li>• Permet de poser des questions sur des sujets délicats ou personnels</li> <li>• Facilite la collecte des données, l'organisation et l'analyse.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiert beaucoup de temps à l'étape de l'étude préliminaire.</li> <li>• Comporte presque exclusivement des questions fermées</li> <li>• Ne peut s'adresser qu'à des répondants scolarisés et motivés.</li> <li>• Ne permet pas de bien contrôler la qualité des réponses fournies.</li> <li>• Est restreint aux échantillons facilement accessibles.</li> <li>• Ne permet pas d'appliquer un échantillonnage aléatoire.</li> </ul> |
| <b>Questionnaire envoyé par la poste</b>                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Présente un bon rapport qualité/prix.</li> <li>• Permet de poser des questions sur des sujets délicats ou personnels.</li> <li>• Facilite la collecte des données, l'organisation et l'analyse.</li> <li>• Diminue les biais de désirabilité sociale au sujet de comportements socialement réprouvés, mais sans éléments de détresse psychologique (sexualité et drogue).</li> <li>• Porte sur <b>un</b> échantillon étalé dans l'espace.</li> <li>• Permet d'appliquer un échantillonnage aléatoire.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiert beaucoup de temps à l'étape de l'étude préliminaire.</li> <li>• Présente un taux de non-réponse élevé.</li> <li>• Comporte presque exclusivement des questions fermées.</li> <li>• Ne peut s'adresser qu'à des répondants scolarisés et motivés.</li> <li>• Ne permet pas de bien contrôler la qualité des réponses fournies.</li> <li>• Exige de nombreuses relances.</li> </ul>                                          |
| <b>Questionnaire auto administré par Internet</b>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Présente un très bon rapport qualité/prix.</li> <li>• Permet d'appliquer un échantillonnage aléatoire (dans les organisations qui disposent d'une liste des courriels de leurs usagers).</li> <li>• Diminue les biais de désirabilité sociale au sujet de comportements socialement réprouvés mais sans éléments de détresse psychologique (sexualité et drogue).</li> <li>• Permet l'utilisation d'éléments graphiques, sonores et même animés.</li> <li>• Permet l'automatisation de l'encodage des données.</li> <li>• Permet de mesurer le temps alloué à chaque question.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Est limité aux personnes qui disposent d'une connexion Internet</li> <li>• Permet difficilement de joindre les personnes âgées.</li> <li>• Comporte presque exclusivement des questions fermées.</li> <li>• Ne permet pas d'appliquer un échantillonnage aléatoire (dans les organisations qui ne disposent pas d'une liste des courriels de leurs usagers).</li> </ul>                                                             |

**Source :** Sylvain Giroux et Ginette Tremblay (2009 : 126)

#### **4. Le choix du format des questions**

Tout comme il existe divers modes d'administration, il existe également plusieurs types de questions qui peuvent servir différentes fonctions.

##### **4.1. Les questions ouvertes**

Dans les questions ouvertes, l'interviewé peut répondre librement en utilisant ses propres termes, tandis que dans les questions fermées, il doit choisir une ou plusieurs réponses parmi une liste prédéfinie qui lui est proposée.

##### **4.1.1. Les formes de questions ouvertes**

Les questions ouvertes peuvent prendre différentes formes selon le type de réponse attendue. Nous distinguons principalement deux formes : les questions ouvertes numériques et les questions ouvertes texte :

###### **a) Les questions ouvertes numériques**

La question ouverte numérique invite à une réponse libre exprimée sous forme de nombre, favorisant un questionnement ouvert. Contrairement aux questions fermées, les réponses ne sont pas limitées à des catégories prédéfinies.

Exemple :

*Combien de romans avez-vous lu le dernier mois ?*

Dans cette question, le répondant est libre de sa réponse.

###### **b) Les questions ouvertes texte**

Dans la question ouverte texte, aucune réponse prédéfinie n'est suggérée, laissant le répondant libre de rédiger sa réponse selon ses propres termes.

Exemple :

*Qu'est-ce que vous pensez de la langue française ?*

Dans cette question, on a laissé le champ libre à l'enquêté d'écrire ce qu'il veut. L'enquêteur a toutefois la possibilité de limiter le nombre de caractères à saisir afin de réduire le volume de données textuelles à analyser.

#### 4.1.2. Les contraintes des questions ouvertes

Lorsqu'on utilise ce type de question, les principales contraintes concernent la collecte et le traitement des réponses.

Dans le cas par exemple des questionnaires auto-administrés, le taux de réponse aux questions ouvertes est généralement faible surtout lorsque les enquêtés se sentent moins concernés par le sujet traité. Cette contrainte peut être évitée lorsque le questionnaire est administré en face à face, car la présence de l'enquêteur incite les enquêtés à répondre à toutes les questions du questionnaire. Par contre, l'enregistrement des réponses pose quelques difficultés à l'enquêteur comme le précise Fenneteau (2015 : 65-66) : « L'enquêteur doit prendre des notes, sur papier ou avec une tablette, en veillant à reproduire exactement tous les mots utilisés par les répondants. Pour y parvenir, il doit demander aux personnes interrogées de répondre en se limitant à quelques phrases, et il est parfois obligé de les prier de bien vouloir répéter ce qu'elles ont dit. Ces difficultés ne sont pas insurmontables, mais elles imposent des limites dans la collecte des réponses ».

La deuxième contrainte évoquée par Fenneteau (2015 : 66-67) concerne le traitement des réponses, un processus qui requiert un temps considérable, et implique généralement deux types de méthodes :

**Le post-codage :** Le chercheur étudie l'ensemble des réponses données à la question ouverte. Il regroupe ensuite celles qui se ressemblent dans une même catégorie. Pour Fenneteau (2015 : 66), la liste des catégories doit répondre à une double exigence : « il faut que toutes les réponses puissent être classées, il faut également que les catégories ne soient pas trop nombreuses (une douzaine au maximum) ». L'un des avantages majeurs de cette opération est la facilité d'exploiter les réponses qui se présentent de la même manière que les questions fermées. On profite donc des avantages des questions fermées notamment le croisement des variables. Cependant, cette approche comporte également des inconvénients. En effet, « il y a une part de subjectivité dans le travail de classification effectué par l'analyste et la codification entraîne une perte d'information (disparition des indications apportées par le vocabulaire et la syntaxe, appauvrissement du contenu) » (*ibid.* : 66)

**La lexicométrie :** consiste à étudier la fréquence et la distribution des mots utilisés dans un corpus de textes. Elle permet d'identifier les termes les plus récurrents et d'analyser leur relation avec d'autres unités linguistiques. Parmi les logiciels couramment utilisés en lexicométrie, on trouve *Sphinx*, *Tropes*, *Alceste*, *WordSmith Tools*, *TextStat*. Ces logiciels sont conçus pour

l'analyse lexicale et textuelle. Ils offrent des outils pour explorer les fréquences des mots et leurs occurrences dans un corpus.

#### **4.1.3. Les avantages des questions ouvertes**

Le principal avantage des questions ouvertes réside dans leur simplicité. Elles sont plus faciles à formuler que les questions fermées où il est nécessaire d'élaborer une liste exhaustive et cohérente de modalités de réponse.

Les questions ouvertes permettent également d'avoir des réponses riches et diversifiées, en laissant au répondant la liberté de s'exprimer sans être contraint par une liste de choix prédéfinis dans laquelle il pourrait ne pas se reconnaître. Elles peuvent être examinées sous différents angles et permettent fréquemment de définir plusieurs variables lors du post-codage.

Un autre atout important des questions ouvertes est qu'elles offrent la possibilité aux enquêtés d'apporter des précisions et aussi de nuancer leurs réponses. De plus, elles permettent d'évaluer ce qui vient immédiatement à l'esprit des répondants, sans influencer leurs réponses par la présentation d'une liste de réponses prédéfinies : « Les réponses qu'elles fournissent sont spontanées et donnent indirectement des indications sur la façon dont la question a été comprise » (*ibid.* : 67).

Enfin, les questions ouvertes peuvent être utilisées de manière stratégique pour capter et maintenir l'attention des participants. Autrement dit, l'alternance entre questions ouvertes et fermées peut contribuer à casser la monotonie du sondage et de maintenir l'engagement des enquêtés.

#### **4.1.4. Les inconvénients des questions ouvertes**

Les questions ouvertes sont difficiles à analyser, notamment lorsque le chercheur envisage de présenter les résultats sous forme de tableaux ou de graphiques. En effet, chaque réponse doit être codée manuellement, un processus complexe qui nécessite beaucoup de temps. C'est pourquoi, il est recommandé de mobiliser les questions ouvertes en complément des questions fermées.

Les questions ouvertes, si elles sont trop nombreuses, peuvent réduire le taux de réponse. Ce format de question nécessitant plus d'effort de la part des répondants, présente souvent un taux de réponse plus faible que les questions fermées. Les répondants ont parfois tendance à se limiter à leur première idée, sans détailler suffisamment leurs réponses comme on peut le lire dans cette citation « Quand on utilise une question ouverte, certaines personnes ont tendance à

donner la première réponse qui leur vient à l'esprit sans prendre le temps de réfléchir ; elles négligent alors certains aspects de la question » (*ibid.* : 68). Cela peut conduire à un manque de données exploitables, surtout si les répondants ne sont pas encouragés à fournir des réponses détaillées.

De plus, les réponses aux questions ouvertes sont parfois vagues et peu pertinentes d'où la nécessité de formuler les questions de manière claire. La qualité des réponses dépend de la façon dont les questions sont posées.

Enfin, il faut noter que l'excès de questions ouvertes peut entraîner une baisse de motivation chez les répondants, ce qui peut affecter la qualité globale des données recueillies. Les enquêtés risquent de se décourager s'ils considèrent le questionnaire comme trop long ou trop exigeant.

## **4.2. Les questions fermées**

Les questions fermées sont celles où la personne interrogée doit sélectionner une réponse parmi un ensemble d'options préalablement définies.

### **4.2.1. Les formes de questions fermées**

Les questions fermées se présentent sous diverses formes : choix multiples, menus déroulants, cases à cocher ou classements. Leur caractéristique commune est d'amener les participants à sélectionner une option parmi une liste prédéfinie, sans possibilité d'exprimer leur réponse avec leurs propres mots. Il existe un grand nombre de variantes. Les deux chercheurs Sylvain Giroux et Ginette Tremblay (2009 : 128) en retiennent six formats :

#### **a) Question à une seule réponse permise**

ÉTAT MATRIMONIAL

Cochez un seul cercle

☐ Célibataire

☐ Marié

☐ Divorcé

☐ Veuf ou veuve

#### **b) Question à énumération d'items pour classement** (Falk-Pedersen, Beausejour, Fortin-Gagnon, et Verreault-Verge, 2007, p. 30)

Classez, en les numérotant de 1 à 5, les différents aspects du téléphone cellulaire selon le degré d'importance que vous y accordez.

( )<sub>1</sub> Je suis joignable en tout temps

( )<sub>2</sub> Je peux rejoindre D en tout temps

( )<sub>3</sub> Je peux me divertir

( )<sub>4</sub> Il me procure un sentiment de sécurité

( )<sub>5</sub> Je peux personnaliser mon téléphone

**c) Question à énumération d'items pour évaluation** (Albutt, Cummins, Lachance, Lamour-Blaise, et Roy, 2006, p. 18)

Les questions suivantes portent sur vos comportements et habitudes face aux produits équitables

Pour chacune des affirmations suivantes, dites à quelle fréquence

| À chaque occasion | La plupart du temps | Rarement | Jamais |
|-------------------|---------------------|----------|--------|
|                   |                     |          |        |

1. Je préfère consommer dans Les grands magasins, que consommer chez des fabricants locaux
2. Lorsque j'achète du café, j'opte pour celui qui est équitable
3. Je suis prêt à payer plus cher pour un produit, s'il est certifié équitable
4. J'achète des fruits et légumes provenant de l'agriculture biologique
5. J'achète des produits provenant de l'artisanat équitable

**d) Question avec échelle bipolaire sans qualificateur** (Tourangeau, Couper, et Conrad, 2007, p.97)

Dans quelle mesure êtes-vous pour ou contre [a consommation de fast-food ?

| Opposé fortement |    |    | En faveur fortement |   |   |   |  |
|------------------|----|----|---------------------|---|---|---|--|
| -3               | -2 | -1 | 0                   | 1 | 2 | 3 |  |

**e) Question avec échelle unipolaire et qualificateur** (Callen et Ownbey, 2003, p.103 [traduction libre])

Instruction : *Lisez les affirmations suivantes et indiquez votre position par un X.*

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec le comportement de Sherry [un personnage d'une situation fictive présentée au répondant]?

| Tout à fait d'accord | Partiellement d'accord | Sans opinion | Partiellement en désaccord | Tout à fait en désaccord |
|----------------------|------------------------|--------------|----------------------------|--------------------------|
| 1                    | 2                      | 3            | 4                          | 5                        |
|                      |                        |              |                            |                          |

**f) Question avec échelle unipolaire sans qualificateur** (inspiré de Callen et Ownbey, 2003, p.103 [traduction Libre])

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec le comportement de Sherry [un personnage d'une situation fictive présentée au répondant]?

| Tout à fait d'accord |   |   |   | Tout à fait en désaccord |
|----------------------|---|---|---|--------------------------|
| 1                    | 2 | 3 | 4 | 5                        |
|                      |   |   |   |                          |

#### 4.2.2. Les avantages des questions fermées

Les questions fermées présentent plusieurs avantages. Elles permettent une collecte rapide et facile des données, car les répondants n'ont qu'à choisir parmi un ensemble de réponses préétablies. Elles tendent à obtenir un taux de réponse plus élevé que les questions ouvertes. Les participants sont moins susceptibles de sauter ces questions car elles nécessitent moins d'effort intellectuel. En ce qui concerne l'analyse des résultats, les réponses aux questions fermées présentent l'avantage d'être facilement exploitables sur le plan statistique.

Ce format de question permet d'obtenir une information standardisée : « Lorsque les personnes interrogées répondent à une question de ce type, les indications qu'elles fournissent sont homogènes car elles ont toutes le même référentiel (les options qui leur sont proposées). Les réponses peuvent par conséquent être comparées, agrégées et soumises à des analyses statistiques » (Fenneteau, 2015 :74).

Lorsque l'enquête traite de sujets sensibles, les participants sont plus disposés à répondre car leur contribution se résume à sélectionner une réponse parmi les modalités proposées. Il en va de même pour les personnes qui redoutent d'être réprochées en exprimant une opinion minoritaire, qui tendent à fournir des réponses plus sincères lorsque la question est fermée. A ce propos, Fenneteau (2015 : 74-75) souligne : « Le fait d'inclure une opinion dans la liste des modalités de réponse indique implicitement que cette opinion a droit de cité. Il est plus facile d'afficher une attitude réprochée quand l'auteur du questionnaire a légitimé cette attitude en l'inscrivant dans la liste des modalités de réponse ».

Les questions fermées peuvent encourager la réflexion en mettant en évidence la diversité des opinions à travers les différentes options de réponse, ce qui incite ainsi les répondants à peser le pour et le contre avant de formuler leur réponse. Elles présentent également l'avantage de permettre les comparaisons. Les questions fermées, en offrant des réponses uniformes, permettent une mise en relation aisée des réponses des différents répondants.

En fournissant des choix de réponses, les questions fermées minimisent aussi le risque d'interprétation subjective des réponses, contrairement aux questions ouvertes qui peuvent varier considérablement en fonction de la formulation et du style du répondant.

#### **4.2.3. Les inconvénients des questions fermées**

L'un des principaux inconvénients des questions fermées réside dans le fait qu'elles imposent des options de réponse prédéfinies, ce qui peut restreindre la capacité des répondants à exprimer leurs véritables opinions ou sentiments. Cela peut conduire à des réponses qui ne reflètent pas fidèlement leurs pensées. A cet égard, Fenneteau (2015 : 75) écrit « Dans la liste de réponses qu'on leur présente les personnes interrogées sélectionnent souvent la modalité qui se rapproche le plus de ce qu'elles veulent dire, en ayant le sentiment que cette modalité peut convenir mais qu'elle ne traduit pas toutes les nuances de leur pensée ». Il faut donc une bonne connaissance du sujet traité pour pouvoir proposer des modalités de réponse qui reflètent la réalité. Il est essentiel de s'assurer que les options de réponse sont exhaustives et représentatives des opinions possibles.

Les réponses collectées à l'aide de questions fermées ne permettent pas de savoir comment la question a été comprise par les répondants. En posant une question fermée, on espère qu'elle sera interprétée de la même manière par tous les répondants, mais on ne pourra jamais être certain que cet objectif est véritablement atteint (*ibid.* : 76). Une mauvaise interprétation d'une question peut donc passer inaperçue. De plus, les enquêtés peu motivés peuvent être tentés de

répondre au hasard, sans prendre le temps de réfléchir à leurs réponses. Cette attitude peut compromettre la fiabilité des résultats obtenus.

Un autre inconvénient des questions fermées réside dans le risque de lassitude du répondant face à une série de questions fermées. En effet, comme l'explique Fenneteau (2015 : 76), « Lorsque la personne interrogée est lasse, la liste de modalités ne constitue plus une invitation à peser le pour et le contre. Elle offre au contraire une facilité qui dispense de réfléchir ». Pour éviter cela, il est conseillé de varier les formulations et d'inclure de temps en temps une question ouverte.

#### 4.3. Les questions mixtes

La question mixte est employée lorsqu'il s'agit de proposer une liste de réponses tout en offrant aux répondants la possibilité d'ajouter une réponse libre grâce à un champ dédié, souvent représenté par la case « *autre* ». Ce type de question permet d'éviter qu'un répondant, ne trouvant pas une option qui lui convient parmi les réponses proposées.

Exemple :

Quelle est la langue que vous utilisez le plus souvent à la maison ?

- Français
- Arabe
- Tamazight
- Anglais
- **Autre** : .....

##### 4.3.1. Les avantages des questions mixtes

Les questions mixtes permettent aux répondants de choisir une réponse parmi des modalités prédéfinies tout en ayant la possibilité d'ajouter une réponse libre. Cela offre une plus grande flexibilité et permet de capturer des nuances que les questions fermées ne pourraient pas saisir. Aussi, en offrant un espace pour des réponses textuelles, ces questions peuvent fournir des informations qualitatives riches. Les répondants peuvent exprimer leurs avis de manière plus détaillée, ce qui peut révéler des opinions et des comportements non anticipés.

Ce genre de questions permettent surtout de contourner les contraintes liées aux questions fermées. En proposant une option « autre » avec un champ libre, les questions mixtes aident à

réduire le biais qui peut survenir lorsque les répondants se sentent contraints par des choix limités. Dans certains cas, on fait appel aux questions mixtes pour alléger la liste des réponses.

On recommande souvent ce format de questions dans les enquêtes où il est difficile de prévoir toutes les réponses possibles à l'avance. Par exemple, l'utilisation des questions mixtes dans une pré-enquête peut aider le chercheur à adapter le questionnaire en fonction des retours des répondants en intégrant d'autres modalités de réponses.

#### **4.3.2. Les inconvénients des questions mixtes**

L'intégration de réponses ouvertes dans un format de question fermée rend l'analyse des données plus complexe. Les réponses textuelles libres nécessitent souvent une analyse qualitative. Lorsque l'on décide de les analyser avec une approche quantitative, la difficulté réside dans le regroupement des réponses très diversifiées dans une liste de catégories limitée avec un important risque de perte d'informations.

Dans ce format de questions, les répondants peuvent être tentés de choisir une option prédéfinie simplement par commodité. Lorsqu'on est confronté à une question mixte, il est souvent plus facile de cocher une case que de formuler une réponse ouverte. Aussi, les enquêtés risquent d'être orientés vers la partie fermée de la question par conformisme. Les répondants optent souvent pour des réponses qui semblent « normales » ou « attendues » parce qu'elles ont été citées par l'enquêteur. Ce phénomène peut donc biaiser les résultats en favorisant des réponses conformistes au détriment d'une expression spontanée et sincère.

### **5. La formulation des questions et des réponses**

Par définition, le questionnaire se caractérise par une prédominance de questions fermées, obligeant les enquêtés à choisir leurs réponses parmi une liste de modalités préalablement définies. La réussite de cette étape repose sur une connaissance approfondie du terrain ainsi que sur une formulation rigoureuse des questions.

Lors de la rédaction des questions, il est impératif de prendre toutes les précautions nécessaires afin d'éviter la collecte de réponses biaisées. Les principes énoncés dans cette section s'appuient sur les enseignements de l'ouvrage « *Méthodologie des sciences humaines : la recherche en action* » de Sylvain Giroux et Ginette Tremblay (2009). Il est essentiel de veiller à ce que les questions posées respectent les dix règles fondamentales suivantes :

### ***Règle 1 : Pas d'ambiguïté***

Les questions doivent être formulées dans des termes qui ont le même sens pour le chercheur et pour le répondant. En effet, une interprétation différente des termes employés risque de fausser les réponses des enquêtés et, par conséquent, la validité des données collectées. Il faut donc s'assurer que la question ne laisse aucune ambiguïté et ne puisse être comprise autrement que prévu. Il est recommandé de prévoir toutes les précisions nécessaires en fonction de l'information que l'on désire récolter (*ibid.* : 134).

### ***Règle 2 : Un vocabulaire usuel***

Lors de la formulation des questions, il est impératif d'utiliser un vocabulaire simple et usuel, compréhensible par tous les répondants. Il faut éviter d'employer des termes techniques, spécialisés ou inconnus du grand public ; par exemple, une question telle que « *Pensez-vous que votre communauté est diglosse?* » est inappropriée pour des enquêtés qui ne sont pas initiés à la sociolinguistique.

Comme le recommandent Giroux et Tremblay (2009 : 134), il est préférable de « recourir à une formulation moins élégante, mais plus courante ». L'objectif est de s'assurer que la question ne prête à aucune confusion et que chaque répondant puisse y répondre sans difficulté d'interprétation, notamment lorsque l'enquêté possède une maîtrise limitée de la langue d'enquête :

Exemple emprunté à Boukous (1999 :20)

Question : Pouvez-vous me citer le nom de trois savants français ?

Réponse : Cadum, Lux, Palmolive

Enfin, il faut éviter d'employer les abréviations et les sigles (INSP, MESRS ), car ils risquent d'être inconnus des enquêtés.

### ***Règle 3 : Des termes neutres***

Les questions doivent être formulées de manière neutre, dépourvues de tout jugement de valeur, afin d'éviter d'orienter le répondant vers une réponse plutôt qu'une autre. À titre d'exemple, la question posée dans le questionnaire de l'Abbé Grégoire (1791) - « *Quelle serait l'importance religieuse et politique de détruire entièrement le patois ?* » - manque d'objectivité, car elle sous-entend un accord préalable sur la nécessité de détruire totalement les patois. Voici un autre exemple donné par Giroux et Tremblay (2009 : 132) :

**Exemple :** Dans quelle mesure achèteriez-vous une variété de produits, comme des tomates ou des patates, s'ils avaient subi une modification génétique visant à les protéger des insectes nuisibles et à diminuer le recours à des pesticides ?

*Seriez-vous très porté, porté, peu porté ou pas du tout porté à acheter de tels produits ?*

Cette question constitue, selon Kolodinsky, Desisto et Narsana (2004 : 156), un exemple des questions posées par les industries des semences génétiquement modifiées pour « prouver » que les consommateurs sont favorables à celles-ci (voir Giroux et Tremblay, 2009 : 134).

Pour ne pas biaiser les réponses, il est important de mentionner la contrepartie implicite. Ainsi, Giroux et Tremblay (2009 : 134) reformulent la question précédente de la manière suivante :

Les aliments produits grâce à des transformations génétiques permettent de réduire le recours aux pesticides mais, en contrepartie, peuvent nuire à la santé d'autres animaux, lesquels ne faisaient pas partie de l'objectif cible.

*Seriez-vous très porté, porté, peu porté ou pas du tout porté à acheter de tels aliments ?*

Les termes employés dans la formulation des questions peuvent induire des attitudes particulières chez les enquêtés. Par exemple, l'utilisation du mot « *interdire* » peut susciter un rejet, comme dans la question « *Faut-il interdire les écoles privées en Algérie ?* ». À l'inverse, des termes empreints de connotations positives, tels que dans « *Pensez-vous que le maintien de la langue maternelle est important pour l'enfant ?* » (Boukous, 1999 : 22), peuvent favoriser des réponses positives. Il est donc essentiel de prêter une attention particulière au vocabulaire utilisé, car celui-ci peut orienter considérablement les réponses.

#### **Règle 4 : Un élément à fois**

Lorsqu'une question comporte des conjonctions telles que « *et* » ou « *ou* », elle tend à fusionner plusieurs éléments à la fois. Afin d'éviter cela, il est préférable de formuler « autant de questions qu'il est nécessaire de poser pour chaque objet évalué » (Giroux et Tremblay, 2009 : 135).

#### **Exemple :**

« *Utilisez-vous le français **et** l'arabe dans votre vie quotidienne ?* »

Cette question combine deux éléments distincts : les langues utilisées et leur fréquence dans la vie quotidienne.

Pour éviter toute confusion, il serait préférable de la reformuler ainsi :

« Utilisez-vous le français dans votre vie quotidienne ? »

« Utilisez-vous l'arabe dans votre vie quotidienne ? »

Cela permet de mieux évaluer l'usage spécifique de chaque langue dans le contexte sociolinguistique du répondant.

#### **Règle 5 : des modalités mutuellement exclusives**

Les modalités de réponse doivent être formulées de manière à ne pas se recouper, c'est-à-dire qu'elles doivent être mutuellement exclusives. Voici un exemple emprunté à Giroux et Tremblay (2009 : 133) qui illustrent parfaitement cette règle :

Quel type de repas prépares-tu ?

- ☐ Repas complets
- ☐ Repas végétariens
- ☐ Repas congelés
- ☐ Repas rapides

En raison de la façon dont la question était formulée, le répondant qui préparait un repas complet végétarien ne savait trop dans quelle case placer sa réponse (*ibid.* : 135). Dans le même sillage, Boulan (2015 : 66) souligne « Si la question prévoit une seule réponse, l'interviewé ne doit pas pouvoir se reconnaître dans plusieurs modalités, comme c'est le cas d'une question souvent posée sur le statut matrimonial, où l'on demande aux interviewés s'ils vivent seul ou s'ils sont mariés, alors que l'un n'empêche pas l'autre ».

#### **Règle n° 6 : des modalités exhaustives**

Le répondant ne doit jamais se retrouver face à une liste d'options qui ne correspond pas à sa situation. Pour éviter cet écueil, il est utile de proposer l'option « Autre (précisez) ».

Exemple :

« Quels supports pédagogiques utilisez-vous le plus souvent en classe ? »

- ☐ Manuel scolaire
- ☐ Supports audio
- ☐ Supports vidéo

Dans ce cas, un enseignant qui utilise des supports numériques interactifs, des jeux éducatifs ou des documents authentiques pourrait ne pas se sentir représenté.

Reformulation de la question :

« *Quels supports pédagogiques utilisez-vous le plus souvent en classe ?* »

- ☐ Manuel scolaire
- ☐ Supports audio
- ☐ Supports vidéo
- ☐ Documents authentiques (articles, publicités, etc.)
- ☐ Supports numériques interactifs
- ☐ Autre (précisez) : .....

L'ajout de « *Documents authentiques* », « *Supports numériques interactifs* » et « *Autre (précisez)* » permet de mieux refléter la diversité des outils pédagogiques utilisés et d'éviter d'exclure certaines pratiques modernes ou innovantes.

Par ailleurs, il est impératif qu'une fois les consignes données, le répondant n'ait aucune nécessité d'interroger l'enquêteur sur la manière de répondre aux questions comme on peut le lire dans ce passage : « il est dans tous les cas essentiel qu'à la lecture mot à mot de la question et le cas échéant des modalités de réponses, l'enquêteur n'ait pas à ajouter ou retirer un mot de ce qui est écrit, ni ne soit obligé de demander des précisions complémentaires pour « rentrer dans les cases » des modalités de réponses. » (Boulan, 2015 : 41),

#### ***Règle n° 7 : des modalités vraisemblables***

La présence de choix invraisemblable risque de nuire à la crédibilité de la démarche du chercheur. Les différents items possibles peuvent être identifiés lors du prétest du questionnaire. A titre d'illustration, Giroux et Tremblay (2009 : 134) donnent l'exemple suivant :

*Indiquez les motifs raisonnables qui, selon vous, peuvent être invoqués par les opposants au port du tchador (plus d'une réponse possible) :*

- ☐ Les symboles religieux n'ont pas leur place dans les espaces publics.
- ☐ Le tchador est contraire aux valeurs canadiennes qui favorisent l'égalité des sexes.
- ☐ Le tchador peut favoriser l'acné.

A cette question, dont la dernière modalité est invraisemblable, Giroux et Tremblay (2009 : 134) proposent les formulations suivantes :

Plusieurs motifs ont déjà été invoqués par les opposants au port du tchador. Indiquez dans quelle mesure vous adhérez ou non avec chacun de ces motifs :

Les symboles religieux n'ont pas leur place dans les espaces publics.

- ☐ Tout à fait d'accord
- ☐ Plutôt d'accord
- ☐ Plutôt en désaccord
- ☐ Tout à fait en désaccord

Le tchador est contraire aux valeurs canadiennes qui favorisent l'égalité des sexes.

- ☐ Tout à fait d'accord
- ☐ Plutôt d'accord
- ☐ Plutôt en désaccord
- ☐ Tout à fait en désaccord

### **Règle n° 8 : des modalités équilibrées**

Des modalités déséquilibrées révèlent un biais du chercheur en faveur d'une position, au détriment d'une autre.

Exemple :

« *Quelle est votre opinion sur l'usage du français dans les administrations publiques ?* »

- ☐ Très favorable
- ☐ Plutôt favorable
- ☐ Neutre
- ☐ Plutôt défavorable

Dans ce cas, trois options sont favorables à l'usage du français dans les administrations, tandis qu'une seule option est défavorable. Cela introduit un biais en faveur de la langue française.

Reformulation de la question :

« *Quelle est votre opinion sur l'usage du français dans les administrations publiques ?* »

- ☐ Très favorable
- ☐ Plutôt favorable
- ☐ Neutre
- ☐ Plutôt défavorable
- ☐ Très défavorable

Dans cet exemple, il y a un équilibre entre les positions favorables et défavorables à l'usage du français dans les administrations publiques.

Dans cette optique, Boulan, H. (2015) souligne qu'on a tendance à rencontrer dans les sondages des questions de ce type :

*Êtes-vous très intéressé, assez intéressé ou pas intéressé par [...] ?*

*Achèteriez-vous ce produit : oui certainement, oui peut-être, non ?*

Comme l'explique Boulan, H. (2015 : 63), ces deux échelles de réponses nuancent leur pôle positif en deux modalités (très ou assez intéressé, achète certainement ou peut-être), opposées à une seule modalité négative (pas intéressé, n'achète pas). Ceci offre à l'interviewé davantage d'opportunité de répondre par la positive que par la négative. Dans le cas de la première question/ échelle, il peut y avoir des interviewés qui sont « assez peu intéressés », donc moins que « assez intéressés » mais un peu quand-même. Ces interviewés vont se répartir sur les modalités « assez intéressé » et « pas intéressé ». Si lors du traitement des données ou de la restitution des résultats, nous travaillons sur le « total intéressés », nous allons surestimer la proportion de la population intéressée. Le déséquilibre dans les modalités de réponses conduit donc à une invalidité des résultats (*ibid.* : 63).

Pour le même auteur, ce principe d'équilibre des échelles s'applique également à l'équilibre des termes utilisés. Dans la question « *Êtes-vous favorable ou opposé à cette mesure ?* », l'adjectif « opposé » porte une connotation plus négative, tandis que « favorable » a une connotation positive. Si l'on souhaite absolument limiter le nombre de modalités de réponse à deux, il serait préférable de formuler la question ainsi : « *Êtes-vous favorable ou défavorable à cette mesure ?* » ou encore « *Êtes-vous partisan de cette mesure ou y êtes-vous opposé ?* » (*ibid.* : 63).

### **Règle n° 9 : pas de fausses prémisses**

La règle des fausses prémisses fait référence à une situation où une question est formulée de manière à suggérer une réponse biaisée ou à poser une hypothèse qui pourrait influencer les réponses du répondant.

Exemple (Giroux et Tremblay, 2009 : 134) :

*Les succursales de la Super banque vous offrent plusieurs heures d'accessibilité à des caissiers  
Comment pouvons-nous améliorer le service offert...*

Dans ce cas, la question part d'une prémisse fausse ou orientée, car elle suppose déjà que les succursales offrent suffisamment d'heures d'accès et que les services sont globalement bons.

Pour Giroux et Tremblay (2009 : 136) « La question (...) risquerait de créer passablement de frustration chez le répondant qui pourrait, en réaction, adopter une position plus extrême. Même si, en tant que travailleur de cette banque, vous êtes de cet avis, votre question doit être neutre ».

Reformulation de la question :

*En tant que client de la Super banque, indiquez de la plus importante (5) à la moins importante (1) comment chacune des modifications suivantes à notre fonctionnement pourrait améliorer le service que nous...*

Cette formulation est plus neutre car elle permet au répondant de juger les aspects du service sans présumer de leur satisfaction préalable.

**Règle n° 10 : le respect des capacités de rappel du répondant**

Enfin, la dernière règle d'or stipule qu'il ne faut pas poser de questions nécessitant une mémoire exceptionnelle ou portant sur un sujet totalement inconnu du répondant. En effet, par souci de conformité, les enquêtés répondront généralement à toutes les questions, mais leurs réponses risquent d'être erronées.

« Combien de fois êtes-vous allé(e) à la bibliothèque l'année dernière ? »

- ☐ Aucune
- ☐ Entre 1 et 5 fois
- ☐ Entre 6 et 10 fois
- ☐ Plus de 10 fois

Cette question peut poser problème car elle demande au répondant de se souvenir d'un nombre précis de visites sur une longue période. Cela peut être difficile pour certains, car ils risquent de ne pas se rappeler précisément du nombre exact de visites.

Reformulation de la question :

« Combien de fois êtes-vous allé(e) à la bibliothèque au cours des deux dernières semaines ? »

- ☐ Aucune
- ☐ 1 à 3 fois
- ☐ 4 à 6 fois
- ☐ 7 à 10 fois
- ☐ Plus de 10 fois

Cette question porte sur une période limitée, ce qui facilite la tâche aux répondants et réduit les risques d'oubli ou de confusion.

# Chapitre 3 :

## Méthodes qualitatives

Ce chapitre se penche sur les méthodes qualitatives, qui sont des outils essentiels pour comprendre les dynamiques sociales et les comportements humains. Nous aborderons dans un premier temps la spécificité de la recherche qualitative et ses avantages par rapport à d'autres approches. Ensuite, nous explorerons en détail l'entretien, une technique privilégiée pour collecter des données qualitatives, en examinant ses traits définitoires et ses caractéristiques spécifiques. Enfin, nous comparerons l'entretien et le questionnaire, deux outils couramment utilisés en recherche, afin de mettre en lumière leurs principales différences en termes de collecte de données, d'interaction avec les participants et de traitement des données.

Par la suite, nous analyserons les principaux types d'entretiens (directif, semi-directif et libre), leurs avantages respectifs ainsi que leurs limites. Nous évoquerons également d'autres types d'entretiens, tels que le récit de vie, les focus groupes, et les entretiens réalisés par téléphone ou visioconférence. Ce chapitre mettra en avant aussi quelques repères pratiques pour mener des entretiens de manière efficace : préparation du guide d'entretien, sélection des participants et négociation du moment et du lieu de l'entretien. Dans cette partie, nous aborderons plusieurs techniques qui peuvent aider les étudiants à réussir leurs entretiens de recherche.

Dans la suite de ce chapitre, nous nous concentrerons sur l'observation, l'un des principaux outils de collecte de données qualitatives, qui permet de saisir la complexité des interactions et des comportements dans leur contexte naturel. Nous commencerons par définir l'observation, en mettant en lumière ses particularités par rapport à d'autres méthodes de collecte de données, telles que les entretiens et les questionnaires. Nous aborderons ensuite les différents types d'observation, à savoir l'observation non participante et l'observation participante, ainsi que leurs implications éthiques. Nous nous intéresserons également aux modalités pratiques de mise en œuvre de ces deux techniques d'observation.

Pour structurer cette démarche, plusieurs outils d'observation sont mobilisés, chacun apportant une spécificité selon les objectifs poursuivis, en particulier les grilles d'observation, le carnet de terrain et les supports visuels. Ces instruments, qui jouent un rôle clé dans la réussite de cette démarche de recherche, seront détaillés. Dans cette section, nous présenterons également quatre étapes clés qui structurent cette démarche : définir les objectifs et planifier l'observation, identifier le groupe cible et les participants, réaliser l'observation et recueillir les données, puis analyser les données et rédiger le rapport. Nous mettrons en garde les étudiants sur les principales difficultés de l'observation, afin de les préparer aux défis méthodologiques et éthiques qui peuvent affecter la qualité des données recueillies. Avant de conclure ce chapitre,

nous explorerons l'importance de l'observation dans l'étude des pratiques pédagogiques et comment elle peut contribuer à l'amélioration de ces pratiques.

### ***Les méthodes qualitatives***

Les méthodes qualitatives sont des outils essentiels pour comprendre les dynamiques sociales, les comportements (qu'ils soient individuels ou collectifs) et les perceptions des individus dans leur contexte. Leur richesse provient de leur ancrage dans le milieu naturel des informateurs. Comme le soulignent Laurence Kohn et Wendy Christiaens (2014 : 70), « l'un des points forts de la recherche qualitative est qu'elle étudie les gens dans leur milieu naturel plutôt que dans des situations artificielles ou expérimentales ». Contrairement aux enquêtes par questionnaires et aux analyses statistiques qui en découlent, les méthodes qualitatives ne cherchent pas à quantifier un objet d'étude, mais plutôt à comprendre en profondeur les discours et les représentations des informateurs. Elles « visent non seulement à décrire, mais aussi à fournir des explications plus significatives sur un phénomène » (*ibid.* : 69).

Ces méthodes se distinguent par leur capacité à révéler des aspects profonds et souvent invisibles des réalités sociales. Comme l'indiquent Alami, Desjeux et Garabuau-Moussaoui (2013 : 15), « elles permettent essentiellement de faire apparaître des dimensions qui ne sont pas directement visibles par le biais des approches quantitatives, comme la diversité des pratiques sociales ». Alors que les approches quantitatives se concentrent sur de larges échantillons pour appréhender les phénomènes sociaux, les approches qualitatives cherchent à décrire et expliquer ces phénomènes de manière approfondie, en s'appuyant sur un nombre restreint d'observations. Le but de la recherche qualitative réside dans une « description grossière » et une compréhension ancrée dans le terrain de l'objet d'enquête. Les avantages d'une collecte de données qualitatives bien menée résident précisément dans la richesse des données collectées et la compréhension plus approfondie du problème étudié (Kohn et Christiaens, 2014 : 69).

La collecte de données qualitatives peut s'effectuer de diverses manières, mais les techniques les plus couramment utilisées, sont l'entretien et l'observation. Si l'entretien permet d'accéder directement aux discours des enquêtés, révélant leurs perceptions, leurs attitudes et leurs expériences, l'observation, quant à elle, offre la possibilité de saisir des pratiques, des comportements et des interactions dans leur contexte naturel. Ces deux approches sont complémentaires et peuvent être mobilisées conjointement pour une compréhension plus riche et nuancée des phénomènes étudiés.

Dans la section suivante, nous mettrons l'accent sur l'entretien, une méthode privilégiée pour explorer les récits et les représentations des acteurs sociaux, avant de passer à l'observation, qui permet d'analyser les pratiques telles qu'elles se déploient sur le terrain.

## **1. L'entretien**

L'entretien constitue la méthode la plus appropriée pour saisir le « sens subjectif visé » (Weber, 1998) ou les « raisons » (Boudon, 2003) des enquêtés, comme le précisent Alain Blanchet et Anne Gotman (2007 : 24) dans le passage suivant : « L'enquête par entretien est ainsi particulièrement pertinente lorsque l'on veut analyser le sens que les acteurs donnent à leurs pratiques, aux événements dont ils ont pu être les témoins actifs ; lorsque l'on veut mettre en évidence les systèmes de valeurs et les repères normatifs à partir desquels ils s'orientent et se déterminent. ». Cette technique est largement adoptée par les chercheurs en raison de sa capacité à fournir, dans des délais réduits, des données riches et de première main (Chevalier et Meyer, 2018 :109).

En permettant aux enquêtés de s'exprimer librement, l'entretien donne un accès direct à leurs idées, leurs perceptions et leurs représentations du monde. Il ne se limite pas à la collecte de données statistiques, mais ouvre la voie à une compréhension approfondie des expériences vécues et du contexte dans lequel ces expériences prennent sens. Il se distingue des questionnaires surtout par la nature interactive de l'échange entre le chercheur et l'interviewé. Tous les manuels de méthodologie s'attachent à distinguer soigneusement ces deux techniques ainsi que les données qui en résultent. C'est ce que nous nous efforcerons de présenter dans le point suivant.

### **1.1.Qu'est-ce qui différencie l'entretien du questionnaire ?**

Les données issues des entretiens et celles provenant des questionnaires diffèrent. Les deux chercheurs Sylvain Giroux et Ginette Tremblay (2009 : 162) retiennent au moins trois différences :

Tout d'abord, le questionnaire produit des réponses succinctes et souvent standardisées, tandis que l'entretien engendre un discours. Cette distinction souligne l'importance de l'entretien en tant qu'outil permettant d'approfondir la pensée des informateurs. En effet, lors d'un entretien, les participants ont l'opportunité de s'exprimer librement, de développer leurs idées et de partager leurs expériences personnelles, etc. Cependant, cette richesse de contenu dans les

enquêtes par entretien peut rendre l'analyse des données particulièrement difficile. Les données recueillies lors des entretiens nécessitent toujours une analyse approfondie : « S'il est relativement facile d'encoder les réponses d'un questionnaire en suivant un manuel de codage bien construit (...), dans le cas de l'entretien, le matériel recueilli est tellement abondant qu'il est parfois ardu d'en reconnaître l'essentiel » (*ibid.* : 162). Ainsi, bien que les entretiens offrent une perspective approfondie sur les sujets étudiés, ils exigent également un investissement considérable en temps et en effort pour extraire l'essentiel des données recueillies (identifier les thèmes clés et les motifs récurrents, etc.).

Une deuxième différence réside dans le nombre de répondants. Le questionnaire recueille les réponses d'un grand nombre de participants, offrant ainsi une vue d'ensemble des tendances et des opinions au sein d'une population. L'entretien, quant à lui, explore en profondeur les opinions, attitudes et expériences d'un nombre restreint de participants. Les entretiens offrent la possibilité d'explorer des thèmes complexes et d'obtenir des récits détaillés qui révèlent les motivations profondes et les contextes personnels des participants. Cela peut enrichir la compréhension du phénomène étudié.

Enfin, l'entretien est une expérience unique. Étant donné qu'il s'agit souvent d'un échange direct entre l'interviewé et l'intervieweur, l'entretien favorise une interaction interpersonnelle forte. La relation qui se tisse entre le chercheur et chaque participant peut permettre d'explorer des aspects intimes des participants. A ce propos, Alain Blanchet et Anne Gotman (1992 : 21-22) écrivent : « s'entretenir avec quelqu'un est-plus encore que questionner, une expérience, un événement singulier, que l'on peut maîtriser, coder, mais qui comporte toujours un certain nombre d'inconnues (et donc de risques) inhérentes au fait qu'il s'agit d'un processus interlocutoire, et non simplement d'un prélèvement d'informations ». De telles recherches nécessitent néanmoins l'établissement d'une relation de confiance solide avec les participants. En effet, lorsque les participants se sentent en confiance, ils sont plus enclins à partager leurs expériences, leurs opinions et leurs sentiments.

## **1.2. Opter pour quelle technique de recueil de données ?**

Le choix d'une technique de collecte de données ne peut être arbitraire. Il doit être guidé notamment par l'état des connaissances préalables que le chercheur dispose sur le phénomène qu'il envisage étudier. Comme le précisent Giroux et Tremblay (2009 : 163), l'entretien est une méthode privilégiée lorsque les connaissances du phénomène à l'étude sont insuffisantes : « Si l'examen de la documentation vous a peu appris sur le phénomène qui vous intéresse, il faut

alors commencer par explorer celui-ci et, pour ce faire, l'entretien est généralement plus approprié que n'importe quelle autre technique de collecte »

Par ailleurs, le choix des outils (questionnaire, entretien) doit être stratégique et adapté au contexte spécifique de l'étude. Si l'objectif est de quantifier des données ou d'obtenir une vue d'ensemble sur un large échantillon, le questionnaire est plus adapté. En revanche, si l'objectif est d'explorer en profondeur les opinions ou expériences individuelles, l'entretien est plus approprié. Une approche mixte combinant les deux méthodes peut également être envisagée pour tirer parti des forces de chacune.

### **1.3. Choisir un type d'entretien**

Une fois que le chercheur a opté pour l'entretien comme technique de collecte de données, il doit déterminer le type d'entretien à adopter. Celui-ci peut aller d'une forme libre, où la discussion suit un cours spontané, à une forme rigoureusement structurée avec des questions prédéfinies. Chaque type d'entretien présente des caractéristiques spécifiques et répond à des objectifs particuliers. Il revient donc au chercheur de choisir le format qui correspond le mieux à son approche méthodologique et à son cadre théorique. Cependant, ce choix n'est pas sans conséquences : chaque type d'entretien comporte des avantages et des limites qu'il est important d'anticiper afin d'évaluer la portée et les possibles biais des résultats obtenus (Sauvayre, 2021 :18).

#### **1.3.1. Les trois principaux types d'entretiens**

Il existe trois grands types d'entretien de recherche, chacun avec ses avantages et ses inconvénients : l'entretien directif, l'entretien semi-directif et l'entretien non directif ou libre

##### **a) L'entretien directif**

L'entretien directif est décrit comme étant très structuré, dans la mesure où le chercheur dispose d'un cadre rigide pour guider la collecte de données. Cette structure est essentielle lorsqu'il s'agit de vérifier des hypothèses préétablies ou de recueillir des informations de manière standardisée. Il s'apparente ainsi à la logique d'un questionnaire : « Même si la collecte de données par entretiens directifs reste orale, elle s'apparente à une collecte de données quantitatives par questionnaire et vise essentiellement à assurer la fiabilité ou la mesure de concepts clés » (Chevalier et Meyer, 2018 :109).

Néanmoins, tout comme le questionnaires, l'entretien directif requiert un temps considérable de préparation et d'enquête exploratoire. Cette démarche permet de s'assurer que toutes les

hypothèses à examiner ont été recensées et que le vocabulaire ainsi que la formulation employée sont adaptés à l'ensemble des répondants.

Lors de l'entretien directif, il est impératif de respecter l'ordre et la formulation des questions ainsi que la durée de l'entretien qui sont d'ailleurs établis à l'avance. Tous les entretiens réalisés avec les différents répondants doivent être conduits de manière parfaitement identique comme le précise Sauvayre (2021 : 19) dans cette citation : « Les enquêtés répondront aux mêmes questions pré-rédigées, posées dans le même ordre et de la même manière, quel que soit l'enquêteur ». Cette rigueur méthodologique permet non seulement de comparer les résultats, mais aussi de faciliter leur traitement statistique, contrairement aux entretiens semi-directifs et non directifs qui ne permettent pas une telle analyse. A ce propos, Sylvain Giroux et Ginette Tremblay (2009 : 166) soulignent : « Pendant longtemps, on a considéré que c'était ce type d'entrevue qui permettait d'acquérir avec le plus d'objectivité des informations auprès d'un échantillon de répondants. Dans la mesure où chacun d'entre eux était traité de manière parfaitement identique, on ne pouvait disait-on attribuer les différences dans les réponses enregistrées à autre chose qu'à la position de chaque répondant ».

L'autre avantage de l'entretien directif est sa capacité à recueillir rapidement des données, en particulier lorsque le chercheur dispose d'un temps limité sur le terrain. Ce type d'entretiens permettent de maximiser le nombre d'interviews à réaliser en un temps donné. Etant donné que la durée de chaque entretien est prévisible, il est possible d'estimer par exemple combien d'entretiens peuvent être menés dans une journée. Cependant, le caractère directif peut engendrer une certaine lassitude et fatigue chez l'enquêté. Il peut se sentir comme s'il était soumis à un interrogatoire plutôt qu'à une entrevue.

L'une des faiblesses majeures de ce type d'entretien se situe dans son format structuré, qui limite la capacité du chercheur à approfondir certains points ou à poser des questions supplémentaires en fonction des réponses de l'interviewé. Cette contrainte peut entraîner une perte d'informations qualitatives.

#### **b) L'entretien semi-directif**

L'entretien semi-directif constitue l'une des méthodes, voire la méthode la plus utilisée pour la collecte de données en recherche qualitative. « L'entretien semi-directif combine attitude non-directive pour favoriser l'exploration de la pensée dans un climat de confiance et projet directif pour obtenir des informations sur des points définis à l'avance » (Berthier, 2016 : 78). Il est

généralement utilisé lorsque le chercheur souhaite aborder des sujets essentiels tout en laissant au répondant la liberté de développer les thèmes qu'il considère comme plus importants.

A la différence de l'entretien directif, l'entretien semi-directif ne limite pas le discours de l'interviewé à des questions préétablies ou à un cadre fermé. Il lui offre la liberté d'approfondir et d'orienter son propos. Le rôle de l'enquêteur est de faire en sorte à ce que le discours de l'enquêté soit centré sur le sujet traité comme l'explique si bien Quivy et Van Campenhoudt (2006 :173-174) dans ce passage « Le chercheur s'efforcera simplement de recentrer l'entretien sur les objectifs chaque fois qu'il s'en écarte et de poser les questions auxquelles l'interviewé ne vient pas par lui-même, au moment le plus approprié et de manière aussi naturelle que possible »

L'entretien semi-directif s'appuie sur un ensemble de thématiques et de questions préalablement élaborées. L'objectif ne consiste pas à recueillir des réponses précises à des questions fermées, mais plutôt à saisir les pratiques, les comportements et les perceptions des individus en rapport avec la problématique de recherche (Chevalier et Meyer, 2018). Ce format d'entretien s'appuie sur un guide contenant un ensemble de thèmes liés à la problématique de recherche : « Il est rédigé avant l'entretien et comporte la liste des thèmes ou des aspects du thème qui devront avoir été abordés avant la fin de l'entretien » (Combessie, 2007 : 24). Bien que ce guide soit structuré, l'enquêteur a la possibilité d'adapter l'ordre des questions en fonction du déroulement du discours de l'enquêté : « l'ordre des thèmes de la liste est construit pour préfigurer un déroulement possible de l'entretien, une logique probable des enchaînements. Mais la liste n'a pas pour objectif de déterminer ces enchaînements ni la formulation des questions en cours d'entretien (seuls les mots clefs peuvent être repris) : l'entretien doit suivre sa dynamique propre. » (*ibid.* :24). D'ailleurs, l'enquêteur peut élaborer un guide d'entretien thématique, composé d'une liste de thèmes à explorer, sans recourir à des questions prédéfinies.

L'entretien semi-directif présente plusieurs avantages qui en font une méthode très efficace pour recueillir des données qualitatives. Il offre équilibre entre contrôle et liberté : l'enquêteur, tout en suivant un guide d'entretien préétabli, laisse suffisamment de liberté à l'interviewé pour développer ses idées et exprimer son point de vue personnel. Ce qui permet d'obtenir des informations spontanées et riches, souvent absentes dans des méthodes plus structurées, telles que les questionnaires ou l'entretien directif.

### c) Entretien non directif

L'entretien non directif, également appelé entretien libre, repose sur l'annonce d'une question générale ou d'un thème que l'enquêté s'approprie à sa manière. Contrairement à d'autres types d'entretiens, comme l'entretien directif ou semi-directif, on laisse l'informateur s'exprimer le plus librement possible tout en lui permettant de structurer ses réponses c'est-à-dire l'enquêté « détient l'attitude d'exploration » (Michelat et Simon, 1977 : 239). L'objectif « est d'influencer l'enquêté le moins possible par des questions et d'intervenir essentiellement pour l'encourager dans son effort comme il le souhaite » (Sauvayre, 2021 : 23). L'enquêteur relance l'échange uniquement à partir des déclarations faites par l'enquêté.

Pour Giroux et Tremblay (2009 : 167), ce type d'entretien s'assimile davantage à une discussion qu'à un entretien au sens strict. Certes, le chercheur peut demander des précisions lors de l'entretien, mais sans diriger le discours. Ainsi, jamais il ne formulera (comme il le ferait dans un entretien directif) la demande suivante « *Parmi les trois modalités suivantes, dites laquelle...* » Il dira plutôt « *qu'est-ce que ça signifie pour vous ...* » (ibid. : 167). Les participants sont donc encouragés à partager leurs réflexions, opinions et expériences en profondeur. Ce qui permet au chercheur d'obtenir des données qualitatives riches sur le sujet abordé. Toutefois, ce type d'entretien présente quelques inconvénients. Tout d'abord, l'analyse des résultats est souvent complexe, car les informations collectées peuvent être vastes, disséminées et parfois éloignées des objectifs de l'entretien. De plus, l'enquêteur contrôle moins le déroulement de l'échange, ce qui peut entraîner la récolte des données pas très ciblées.

Ce format d'entretien est particulièrement indiqué dans le cadre de recherches préliminaires ou d'analyses visant à explorer les réflexions et les sentiments des participants. Cependant, en raison de la liberté qu'ils confèrent, ces entretiens demandent beaucoup de temps, tant pour leur préparation que pour leur analyse.

Le tableau ci-dessous reprend ces caractéristiques en synthèse.

| Entretien dirigé                                                                                          | Entretien semi-dirigé                                                                                                           | Entretien libre                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Discours non continu, qui suit l'ordre des questions posées                                               | Discours « par paquets », dont l'ordre peut être plus ou moins bien déterminé selon la réactivité de l'interviewé               | Discours continu                                                                                             |
| Questions préparées à l'avance et posées dans un ordre bien précis<br>Information partielle et raccourcie | Quelques points de repère (passages obligés) pour l'interviewer<br>Information de bonne qualité, orientée vers le but poursuivi | Aucune question préparée à l'avance<br>Information de très bonne qualité, mais pas nécessairement pertinente |
| Information recueillie rapidement ou très rapidement                                                      | Information recueillie dans un laps de temps raisonnable                                                                        | Durée de recueil d'informations non prévisible                                                               |
| Inférence assez faible                                                                                    | Inférence modérée                                                                                                               | Inférence exclusivement fonction du mode de recueil                                                          |

**D'après Jean-Marie De Ketele et Xavier Roegiers (2016 :146)**

### **1.3.2. Les autres types d'entretiens**

En dehors des types classiques, il existe d'autres formes d'entretien comme : Le récit de vie ou l'histoire de vie, les entretiens de groupe (Le focus group), les entretiens téléphoniques ou par visioconférence (via Skype, WhatsApp, Viber, Zoom, Google Meet, etc.).

#### **a) Le récit de vie ou l'histoire de vie**

L'utilisation de la méthode des récits de vie reste encore peu répandue en sciences du langage. Issue des sciences sociales, cette approche est principalement employée en histoire, en ethnologie et, surtout, en sociologie pour explorer et comprendre les expériences humaines à travers la narration personnelle. Pour Daniel Bertaux (2016 : 39) : « Il y a du récit de vie dès lors qu'un sujet raconte à quelqu'un d'autre, chercheur ou pas, un épisode quelconque de son expérience vécue. Le verbe "raconter" (faire le récit de) est ici essentiel : il signifie que la production discursive du sujet a pris la forme narrative ». Pour ce chercheur, un récit de vie complet serait celui qui couvre « la totalité de l'histoire d'une personne. Il commencerait par la naissance, voire par l'histoire des parents [...]. Il couvrirait toute l'histoire de la vie du sujet. Pour chaque période de cette histoire, le récit décrirait non seulement la vie intérieure du sujet

et de ses actions, mais aussi les contextes interpersonnels et sociaux qu'il/elle a traversés » (*ibid.* : 39).

Dans un récit de vie ou une histoire de vie, l'enquêté construit seul son récit : « On pourrait définir l'histoire de vie comme un entretien libre où un locuteur évoque son passé sans direction précise, sans élaboration préalable, sans contrôle » (Peneff, 1990 : 102). Même si le discours est initié par le chercheur, c'est à l'enquêté de choisir comment il veut raconter son histoire. Concernant le rôle de l'enquête dans le récit de vie, Tétreault (2014 : 300) écrit : « La personne interrogée devient un agent actif, qui parle, réfléchit, explique, décrit, analyse et reconstruit son propre vécu au fur et à mesure qu'elle raconte son histoire ».

Il s'agit donc d'une approche biographique visant à appréhender les phénomènes à l'étude à travers la narration que le sujet fait de sa vie ou d'une période donnée de sa vie (Vincent-Ponroy et Chevalier, 2018 : 162). Les récits de vie présentent de nombreux avantages qui en font un outil précieux de la recherche. Ils offrent une compréhension approfondie des expériences individuelles, permettant de saisir des aspects souvent ignorés dans des entretiens plus dirigés. Pour Sylvie Tétreault (2014 : 300), cette approche favorise la capture de la complexité, l'émergence des dynamiques et la subtilité d'une expérience de vie. Cette richesse s'illustre à travers des propos sur soi, sur ses réalisations, ses façons d'agir, ses échecs, ses émotions, ses pertes, ses doutes, ses faiblesses et ses moments de joie ou de bonheur (*ibid.* : 300).

#### **b) Les entretiens de groupe (Le focus group)**

Un focus groupe (ou entretien de groupe) est une méthode qualitative de recherche qui consiste à réunir un petit groupe de participants pour discuter d'un sujet spécifique. L'objectif principal de cette démarche est de recueillir des données qualitatives sur des thématiques précises, en favorisant l'interaction et les échanges entre les participants. Généralement, un groupe est composé de 6 à 10 personnes, qui peuvent partager leurs opinions, expériences et perceptions sur un produit, un service ou un concept. Dans cette optique, Sauvayre (2021 : 27) note : « Le groupe de participants est animé par un ou plusieurs modérateurs qui présentent les thèmes à aborder. Il s'agit de soumettre un sujet de discussion aux groupes, puis de les laisser libres d'exprimer leurs avis ».

Ce genre d'entretien « repose sur la dynamique du groupe et, donc, sur les interactions entre les participants » (*ibid.* : 27). Pour Krueger et Casey (2015), le focus group est particulièrement adapté à l'exploration de la perception, des émotions, et des réflexions des personnes sur un sujet donné.

L'objectif principal est de stimuler la discussion et d'explorer des points de vue variés, ce qui permet, grâce à l'interaction dynamique entre les participants, d'obtenir des insights plus riches que ceux obtenus par des entretiens individuels : « La mobilisation de l'intelligence collective en dynamique de groupe permet une exploration approfondie de « l'épaisseur humaine » (...) avec de nombreuses nuances tant sur le vécu que sur la manière de se le représenter. Avec l'entretien individuel, c'est au chercheur d'établir par son analyse les interactions qui relient les acteurs entre eux et au monde » (Marty, 2021 : 204-205)

Cependant, les focus groupes présentent également certaines limites. L'une des principales faiblesses est que les résultats ne sont pas toujours représentatifs de la population cible, car ils reposent sur un échantillon restreint et souvent non aléatoire. De plus, la dynamique du groupe peut influencer les réponses individuelles ; par exemple, certains participants peuvent être dominants et orienter la discussion, tandis que d'autres peuvent rester silencieux par crainte de jugement. Enfin, cette méthode favorise une certaine homogénéisation des opinions en raison de la pression sociale comme on peut le lire dans ce passage « la pression sociale (Asch, 1955) est plus forte au sein d'un focus group que lors d'un entretien individuel. Les désavantages de cette méthode sont donc d'obtenir des avis qui s'homogénéisent autour des opinions et des prises de paroles de personnes les plus enclines à parler en public. Les personnes introverties et timides oseront alors moins donner leur avis de peur d'être jugées par les autres » (Sauvayre, 2021 : 27). C'est pourquoi le modérateur doit veiller à ce que chaque participant s'exprime librement et en favorisant une dynamique de discussion bienveillante : « il est de la responsabilité du chercheur de garantir un travail sans risque de déstabilisation » (Marty, 2021 : 205).

### **c) Les entretiens téléphoniques ou par visioconférence (via Skype, WhatsApp, Viber, Zoom, Google Meet, etc.)**

Aujourd'hui, les chercheurs disposent de divers outils méthodologiques pour récolter des données qualitatives. Parmi ces outils, on peut citer les entretiens téléphoniques ou par visioconférence. Ils sont souvent mobilisés comme des approches alternatives aux entretiens classiques. Ces entretiens ont suscité un intérêt croissant au cours des dernières années à mesure que la gamme d'outils proposées s'est élargie (Moussavou, 2023 : 419). La visioconférence s'est surtout imposée durant la crise sanitaire de la Covid-19, caractérisée par la distanciation physique, qui rendait difficile la réalisation d'entretiens en face-à-face. Pour assurer la continuité de leurs recherches, de nombreux chercheurs ont adopté ce mode de collecte de données (*ibid.* : 421). Pour plusieurs spécialistes, ce type d'entretien va se répandre davantage

à l'avenir comme le souligne Moussavou (2023 : 421) : « au-delà des contraintes spécifiques posées par la pandémie de la Covid-19, il ne nous semble pas déraisonnable de croire que ce mode d'entretien va s'accroître à l'avenir ».

Ce mode de collecte de données va certainement engendrer des changements importants, tant dans la nature des processus de collecte de données et d'analyse des données collectées que dans la manière dont les relations entre le chercheur et ses participants se développent et se structurent (*ibid.* : 421).

Les entretiens en visioconférence présentent plusieurs avantages. Ils réduisent considérablement les coûts financiers liés aux déplacements (le transport, l'hébergement et la restauration). De plus, la visioconférence facilite l'organisation des entretiens en s'adaptant à la disponibilité des participants, qui peuvent choisir la date et l'heure qui leur conviennent le mieux.

Un autre avantage de ce mode d'entretien est la capacité de surmonter les contraintes géographiques. Contrairement aux entretiens classiques en personne qui sont limités à une zone géographique et à une population locale, les entretiens par visioconférence permettent aux chercheurs « de transcender les frontières géographiques, en annulant les distances et en éliminant la nécessité de visiter un lieu convenu pour l'entretien » (*ibid.* : 428).

Les participants qui ne pouvaient auparavant être inclus dans certains projets de recherche en raison de leur éloignement géographique peuvent être interrogés. Grâce à Internet, les chercheurs ont la possibilité d'élargir leur échantillon et de diversifier les participants à l'étude, en enquêtant avec des individus du monde entier (*ibid.* : 428). Fleitas (1998 : 286) soutient ainsi que « la distance est une variable qui empêche une représentation internationale des participants à la plupart des recherches qualitatives. Internet élimine cet obstacle ».

Ce type d'entretien, grâce à la distance physique entre le chercheur et les participants, est particulièrement bénéfique pour aborder des sujets sensibles ou controversés. Comme le précise Moussavou (2023 : 429) : « Les études montrent qu'un environnement en ligne était mieux à même de couvrir ce type de sujets sensibles avec un plus grand niveau d'anonymat perçu ». Cette distance rend donc les participants plus enclins à partager leurs expériences.

Bien que les entretiens par visioconférence présentent des avantages, ils comportent également certains inconvénients liés notamment aux problèmes techniques. Les difficultés techniques comme la mauvaise connexion Internet peuvent nuire à la qualité de l'entretien comme le

souligne Moussavou (2023 : 429) dans ce passage « Ce type de difficultés présente un obstacle au bon déroulement de l'entretien et au développement de relations avec les participants, pouvant conduire à une diminution de la richesse des données collectées ». Par ailleurs, certaines difficultés découlent également du fait que certaines personnes ne sont pas initiées aux technologies numériques. Il est donc essentiel de s'assurer que l'utilisation de la visioconférence est bien adaptée à la population étudiée (*ibid.* : 429).

#### **1.4. Quelques repères utiles pour utiliser au mieux la technique d'entretien**

La réalisation d'entretiens de recherche exige une bonne préparation. Plusieurs éléments doivent être pris en compte :

##### **1.4.1. Préparer un guide d'entretien**

Le guide d'entretien est un outil fondamental dans la préparation et la conduite des entretiens. Une fois que le chercheur a défini sa question de départ, le type d'entretien à réaliser et la population cible, il est important qu'il prépare les questions qu'il va poser à ses enquêtés. Pour les chercheurs débutants, un guide d'entretien s'avère souvent indispensable pour structurer leurs échanges et garantir une collecte de données efficace.

Un guide d'entretien regroupe les éléments essentiels que le chercheur souhaite explorer au cours de l'enquête : « il contient tous les aspects du sujet qui devront être abordés au cours des rencontres avec les interviewés » (Giroux et Tremblay, 2009 : 169). Ce guide n'est pas figé, il peut évoluer tout au long du processus de la recherche. Le guide d'entretien « n'impose pas une route toute tracée, il permet simplement de prévoir tous les itinéraires possibles, du point de départ au point d'arrivée » (*ibid.* : 169). Par exemple, lors de la phase exploratoire, il est en construction et peut être ajusté en fonction des premières interactions avec les participants. Une fois que le chercheur a affiné sa problématique et établi son cadre théorique, le guide devient plus définitif, permettant ainsi d'obtenir des entretiens homogènes où tous les points prévus sont abordés (Combessie, 2007).

L'élaboration du guide d'entretien doit donc se faire après la définition de la problématique et la formulation des hypothèses. Ces hypothèses doivent ensuite être traduites en questions dans le guide d'entretien. Comme l'expriment justement Blanchet et Gotman (2007 : 58), le guide d'entretien est « un premier travail de traduction des hypothèses de recherche en indicateurs concrets et de reformulation des questions de recherche (pour soi) en questions d'enquête (pour les interviewés) ».

Pour Romy Sauvayre (2021 :31), le guide d'entretien a une fonction rassurante, aussi bien pour l'enquête que pour l'enquêteur : Côté enquêté, cet outil participe à la définition du cadre de l'interaction (Goffman, 1991) comme différente d'une conversation et contribue à voir son interlocuteur comme un chercheur. Le guide peut inspirer confiance et montrer à l'enquêté que vous avez fourni un travail en vue de votre rencontre. Côté enquêteur, le guide donne une contenance ou un point de repli sur lequel s'appuyer en cas d'oubli ou de gêne (Sauvayre, 2021 :31). Dans le même sillage, Stéphane Beaud et Florence Weber (2010 : 178) soulignent « en cas de “panique” vous aurez toujours une question à poser, vous ne serez jamais “sec” devant l'interviewé. Il vous permettra de faire face. C'est un remède contre l'angoisse, comme beaucoup d'instruments d'enquête. ». Le guide d'entretien procure donc de la sérénité, offrant à l'enquêté un cadre sécurisant et à l'enquêteur un outil structurant.

Il convient de souligner que le guide d'entretien se distingue nettement du questionnaire, car il structure l'interrogation sans diriger le discours de l'interviewé. Il se présente sous forme de thèmes que l'intervieweur doit maîtriser, mais qu'il n'est pas nécessaire de consulter ou de suivre à la lettre. L'objectif principal de ce guide est « d'aider l'interviewer à improviser des relances pertinentes sur les différents énoncés de l'interviewé, au moment même où ils sont abordés » (Blanchet et Gotman, 2007 : 64).

Cependant, comme le précise Romy Sauvayre (2021 :31), un usage trop rigide du guide peut se révéler contre-productif et nuire à la relation entre enquêté et enquêteur. Avoir les yeux rivés sur le guide peut vous empêcher de regarder l'enquêté. Celui-ci deviendra alors attentiste à vos questions, restera superficiel dans les réponses qu'il vous apportera, et pourra passer sous silence le fond de sa pensée. Romy Sauvayre suggère à l'enquêteur de suivre le cours de la narration de l'enquêté, de modifier légèrement la question figurant sur son guide en introduisant le vocabulaire propre à l'enquêté, ou de rebondir au moyen d'une relance afin de préserver la dynamique de l'entretien (*ibid.* :31).

#### **1.4.2. La sélection des participants**

Après avoir défini la problématique, les hypothèses et la méthode de recherche, le chercheur est tenu de constituer un échantillon de la population cible comme le précisent Blanchet et Gotman (2007 : 48) : « Définir la population, c'est sélectionner les catégories de personnes que l'on veut interroger, et à quel titre ; déterminer les acteurs dont on estime qu'ils sont en position de produire des réponses aux questions que l'on se pose. Souvent, la définition de la population est incluse dans la définition même de l'objet ». Accéder aux participants nécessite du temps,

de la persévérance, et surtout une bonne connaissance du terrain, car certains groupes sont plus difficiles à atteindre que d'autres. Selon Bertaux (2005), les obstacles rencontrés ne doivent ni être sous-estimés ni surestimés. Il est donc important de planifier à l'avance la prise de contact et les moyens d'accès aux enquêtés pour mener à bien la recherche.

Plusieurs méthodes peuvent être utilisées pour constituer un échantillon. Pour Romy Sauvayre, 2021 : 65-66), le choix à faire dépend de multiples facteurs. Si le chercheur connaît la population totale à enquêter, il ne choisira pas les mêmes modalités d'accès à la population que s'il ignore tout de ses enquêtés. Si le chercheur enquête dans un milieu difficile d'accès au sein duquel la population est invisible, il procédera encore différemment. L'accès aux participants peut s'avérer complexe, tout comme l'obtention de leur consentement pour réaliser un entretien. Ainsi, le chercheur est amené à faire preuve de créativité et d'ingéniosité. Sauvayre (2021) distingue six modes d'accès à la population :

- l'effet boule de neige ;
- les blogs, les forums et les réseaux sociaux ;
- le téléphone ;
- les e-mails ;
- les affichettes dans des lieux publics ou chez les commerçants ;
- le démarchage en personne

**a) L'effet boule de neige :**

L'effet boule de neige consiste à utiliser des intermédiaires ou médiateurs pour accéder progressivement à une population cible, en demandant à chaque participant de recommander d'autres enquêtés répondant aux critères. L'informateur-relais joue un rôle clé dans le processus de recrutement, car il sert de pont entre le chercheur et les individus ciblés. Sa mission consiste à recueillir et à transmettre au chercheur les coordonnées des personnes intéressées par l'étude. Cette méthode est efficace pour atteindre des populations difficiles d'accès, mais elle peut entraîner une homogénéité de l'échantillon, nécessitant de le compléter par d'autres approches.

**b) Les blogs, les forums et les réseaux sociaux :**

Les blogs, forums, et réseaux sociaux sont des outils précieux pour atteindre une population cible, qu'elle soit locale ou internationale. Les réseaux sociaux permettent de diffuser en quelques minutes des appels à témoignage auprès de milliers d'utilisateurs, tandis que les blogs et forums spécialisés facilitent l'accès à des profils spécifiques. Cependant, cette méthode comporte des limites, notamment un taux élevé de non-réponses ou d'annulations, même après

acceptation préalable. Il est donc important de rester flexible et de prévoir des solutions pour compenser ces imprévus, comme l'organisation de rappels ou le recours à d'autres moyens de prise de contact.

**c) Le téléphone :**

L'utilisation du téléphone comme technique de sélection des enquêtés présente l'avantage d'accéder rapidement à une population diverse et de faciliter la prise de contact. Grâce à des listes de numéros obtenues en ligne ou ailleurs, il est possible de contacter des personnes au hasard, ce qui élargit l'échantillon. Cependant, cette méthode nécessite un appel concis et bien formulé pour capter l'attention rapidement, surtout face à la concurrence du démarchage commercial, qui peut entraîner des refus si les appels sont perçus comme intrusifs.

**d) Les e-mails :**

L'utilisation de l'email pour sélectionner des enquêtés dans le cadre d'une enquête par entretien est une méthode à la fois efficace et pratique. Le chercheur doit rédiger un message clair et concis, en se présentant brièvement et en expliquant l'objet de sa recherche ainsi que l'importance de la participation de chaque individu. La personnalisation du message, en mentionnant le nom du destinataire peut augmenter les chances de réponse. Dans des environnements comme les entreprises, les collectivités ou les universités, des listes de diffusion sont souvent disponibles. Il est aussi possible de constituer ses propres listes en collectant des adresses e-mail sur Internet ou en se rapprochant de professionnels.

**e) Les affichettes ou flyers dans des lieux publics :**

L'utilisation d'affichettes ou de flyers dans des lieux publics peut aider le chercheur à recruter les enquêtés, surtout lorsque ceux-ci sont localisés dans un secteur géographique précis. Cette méthode permet non seulement de toucher une population variée, mais aussi d'ancrer la recherche dans le tissu social local. En faisant preuve de créativité tant dans la conception que dans le choix des emplacements, le chercheur peut susciter l'intérêt et l'engagement des potentiels participants.

**f) Le démarchage en personne :**

Le démarchage en personne constitue une approche alternative efficace pour atteindre des enquêtés, surtout lorsque d'autres stratégies de recrutement se révèlent inadéquates. Cette technique peut impliquer du porte-à-porte, où le chercheur se présente avec un appel à témoignage et une carte de visite pour établir un contact direct. En s'engageant directement

avec ces individus, le chercheur non seulement élargit son échantillon, mais enrichit également la qualité des données collectées.

Par ailleurs, il faut noter que le corpus requis pour une enquête par entretien est généralement de taille plus réduite que celui d'une enquête par questionnaire. « La recherche qualitative, menée par entretiens, suppose de s'intéresser à une petite partie de la population totale. Elle n'est pas régie par la quantité, mais par la qualité et la variété des recueils. Il n'y a pas de quête à la représentativité statistique de l'échantillon constitué » (*ibid.* : 64). En effet, les informations recueillies lors des entretiens sont validées par le contexte dans lequel elles sont recueillies, ce qui les rend moins dépendantes de leur probabilité d'occurrence. Ainsi, une seule information issue d'un entretien peut avoir un poids équivalent à celle d'une donnée répétée plusieurs fois dans des questionnaires. Pour Blanchet et Gotman (2007 :51), la détermination du nombre d'entretiens nécessaires à une enquête particulière (la taille du corpus) dépend, en premier lieu, du thème de l'enquête (faiblement ou fortement multidimensionnel) et de la diversité des attitudes supposées par rapport au thème, du type d'enquête (exploratoire, principale ou complémentaire), du type d'analyse projeté (recensement de thèmes ou analyse de contenu plus exhaustive), et enfin des moyens dont on dispose (en temps et en argent).(*ibid.* :51)

#### **1.4.3. Négocier le lieu et le moment de l'entretien**

Il est important de choisir la date et l'heure de l'entretien de manière à « maximiser la disponibilité de l'interviewé » (*ibid.* : 69). L'interviewé s'exprime plus librement lorsque l'entretien se déroule à un moment où il est pleinement disponible. Il est donc préférable de laisser l'enquêté proposer la date qui lui convient le mieux et d'accepter l'un des premiers créneaux qu'il suggère.

Par ailleurs, le lieu de l'entretien joue un rôle tout aussi déterminant, car il peut avoir un impact sur le discours de l'interviewé. Dans cette optique, Sauvayre (2021 : 72-73) souligne « Le choix du lieu de réalisation de l'entretien n'est pas anodin et ne conduira pas au même recueil de données. En effet, les interruptions, le flux de passants, les oreilles indiscretes, le bruit ambiant sont autant de freins à la réalisation de l'entretien ». Ainsi, un cadre approprié et réfléchi permet non seulement de mettre l'interviewé à l'aise, mais aussi d'enrichir les échanges en créant un climat de confiance.

C'est la raison pour laquelle il est conseillé de sélectionner un lieu calme, propice au déroulement de l'entretien sans interruption ni présence d'une tierce personne. Beaud et Weber (2010 : 173) suggèrent : « Réalisez des entretiens dans des lieux où les enquêtés se sentent comme chez eux. Ce peut être pour le militant ouvrier une pièce du local syndical (à l'écart des autres) ou un café proche de l'usine. ». Il faut donc tenir compte de l'influence de l'environnement sur la qualité de l'entretien lors du choix du lieu où se déroulera l'entretien. Sauvayre (2021 : 73) renforce cette idée en expliquant que « si vous réalisez l'entretien sur le lieu de travail de l'enquêté, celui-ci sera plus enclin à répondre aux questions qui auront trait à son activité professionnelle qu'à sa vie privée. Inversement, si vous réalisez l'entretien à son domicile, il répondra plus aisément aux questions d'ordre personnel et cela lui demandera plus d'efforts d'aborder ses activités professionnelles ».

De leur côté, Alexandre Pascual et Nicolas Guéguen (2002) ont démontré que rappeler à l'enquêté qu'il est libre de choisir ou refuser un lieu pour l'entretien augmente les chances qu'il s'implique dans celui-ci. Il suffit de lui laisser la décision tout en l'incitant à choisir le lieu qu'il juge le plus approprié.

### **1.5. Quelques techniques pour bien conduire un entretien**

D'emblée, il faut noter qu'il n'y pas de recette toute faite pour montrer au chercheur comment conduire un entretien, car chaque entretien est une interaction humaine unique, influencée par divers facteurs tels que le contexte, la personnalité de l'interviewé, et le sujet abordé. En conséquence, il est difficile de proposer une méthode qui puisse s'appliquer à toutes les situations. Ainsi, la conduite d'un entretien nécessite une approche flexible. Le chercheur doit être capable de s'adapter aux dynamiques interpersonnelles variées, en ajustant ses questions et son style en fonction des réponses et des émotions de l'interviewé. Néanmoins, les spécialistes des approches qualitatives (voir Giroux et Tremblay, 2009) suggèrent certaines techniques qui peuvent aider les chercheurs à mener à bien leurs entretiens de recherche :

#### **a) L'empathie**

L'empathie se révèle être une attitude essentielle lors de la conduite d'entretiens. En effet, l'entretien vise à explorer en profondeur les émotions, les perceptions et les contradictions d'un individu sur un sujet donné (Giroux et Tremblay, 2009 : 177). Cependant, pour que cette exploration soit réussie, le chercheur doit faire preuve d'empathie qui consiste à comprendre le vécu de l'interviewé tout en maintenant une distance objective : « Le chercheur s'efface pour mieux laisser l'interviewé s'exprimer » (Chevalier et Meyer, 2018 :117).

Comme le souligne Pauzé (1984 : 99), « L'empathie n'est pas synonyme de sympathie consiste à comprendre le vécu de l'interviewé tout en maintenant une distance objective. Cette dernière attitude aboutit à une sorte d'identification et d'implication émotionnelle de l'intervenant [le chercheur] qui fait siens les problèmes du client [l'interviewé]. [...] L'empathie, par contre, amène l'intervenant à exprimer la compréhension qu'il a de son client [l'interviewé], tout en conservant une lucidité et une objectivité par rapport à la situation d'entretien et à son interlocuteur. L'empathie est donc une capacité de se mettre « dans la peau » de l'autre, tout en gardant son sang-froid, son objectivité et sa neutralité ».

L'empathie favorise un climat de confiance, essentiel pour encourager l'interviewé à partager ses pensées et émotions. Dans ce contexte, le chercheur doit être attentif aux réactions émotionnelles de son interlocuteur et adapter son approche en conséquence. En créant un environnement propice à la confiance, il permet à l'interviewé d'explorer ses propres réflexions sans craindre d'être jugé : « Il ne s'agit en aucun cas de juger les propos de l'interviewé, ni de vouloir les évaluer, ou encore apporter une solution ou une aide quelconque à l'interviewé. Jugement, évaluation, interprétation, aide, solution sont autant d'attitudes spontanées (...) à proscrire dans la conduite d'entretiens » (Chevalier, 2018 :117). Cette capacité à établir une connexion empathique enrichit non seulement la qualité des données recueillies, mais elle transforme également l'entretien en une expérience significative pour les deux parties.

### **b) La reformulation**

La reformulation est un outil essentiel pour établir une compréhension empathique lors des entretiens. Selon Pauzé (1984 : 103), reformuler consiste à « redire en d'autres termes et d'une manière plus concise ou plus simple ce que le client [l'interviewé] vient d'exprimer, de façon à obtenir l'accord de ce dernier ». Cette technique permet souvent de verbaliser ce que l'interviewé ressent sans avoir les mots pour l'exprimer (Giroux et Tremblay, 2009 : 177). Pour introduire une reformulation, le chercheur peut utiliser des phrases telles que « *Si je comprends bien, vous...* », « *Voulez-vous dire que...* », ou encore « *Selon vous...* ».

Plusieurs raisons justifient l'importance de reformuler les propos de l'enquêté. Selon Sauvayre (2021 : 103), les reformulations :

- donnent le sentiment à l'enquêté d'avoir été entendu et compris ;
- permettent à l'enquêteur de s'assurer d'avoir bien compris les éléments énoncés ;

- permettent à l'enquêté de corriger le résumé proposé par l'enquêteur et d'apporter des précisions pour aider ce dernier dans la compréhension de son discours.

En somme, la reformulation est bien plus qu'une simple technique de clarification : elle est un outil stratégique qui favorise l'empathie, renforce la confiance entre l'enquêteur et l'enquêté, et permet d'approfondir la compréhension des émotions et des sentiments exprimés.

### **c) L'éclaircissement**

L'éclaircissement joue un rôle fondamental dans la conduite des entretiens, permettant au chercheur une meilleure compréhension des propos de l'interviewé. Lorsqu'une idée ou un sentiment exprimé n'est pas clair, le chercheur peut poser des questions précises pour inviter l'interviewé à développer sa pensée. Des formulations telles que « *J'aimerais mieux comprendre votre point de vue...* » ou « *Pourriez-vous préciser ce que vous entendez par... ?* » sont des exemples d'approches qui encouragent l'interviewé à s'exprimer plus en détail.

En montrant un intérêt pour les pensées et les émotions de l'interviewé, le chercheur favorise un échange ouvert où ce dernier se sent valorisé et écouté. Cela permet d'aborder tous les aspects du sujet comme le précisent les deux auteurs Giroux et Tremblay (2009 : 178) dans ce passage : « Outre le fait qu'ils favorisent une communication empathique, la reformulation et l'éclaircissement font progresser l'entrevue et permettent de couvrir tous les aspects du sujet de recherche ».

En définitive, l'éclaircissement est une technique essentielle qui enrichit le processus d'entretien en permettant une compréhension plus profonde tout en préservant un climat de confiance et de sérénité.

### **d) Les silences**

Les silences dans les entretiens de recherche, souvent perçus comme des moments de malaise ou d'hésitation, sont en réalité des éléments précieux qui participent à la richesse des échanges. Ils jouent un rôle important dans le processus de l'entretien. Ces pauses peuvent survenir pour diverses raisons : « L'interviewé réfléchit, cherche à se souvenir, hésite à se confier, manque de mots pour verbaliser ce qu'il ressent ou, tout simplement, est trop bouleversé pour parler » (*ibid.* : 179). Apprendre à accueillir ces moments sans interruption permet de laisser à l'interlocuteur le temps nécessaire pour structurer sa pensée et exprimer des idées ou des sentiments qu'il n'aurait peut-être pas partagés autrement. Les experts s'accordent à dire qu'il ne faut surtout pas chercher à tout prix à rompre ces silences. Selon Daunais (1993), quand le chercheur rompt le silence, par exemple en reformulant la question qu'il a adressée au

participant, il lui transmet inconsciemment un jugement d'incompétence, un peu comme s'il lui disait : « *Tu ne comprends pas la question, alors je dois la reformuler* ».

Pour le chercheur, les silences constituent également des occasions d'observation et d'écoute. Ils permettent de prêter attention aux indices non verbaux, tels que les expressions faciales ou les gestes, qui peuvent enrichir l'interprétation des propos. Au contraire, laisser le silence s'installer peut encourager l'interviewé à explorer plus en profondeur ses pensées et à partager des insights précieux.

### e) Les relances

La relance, selon Blanchet et Gotman (2007 : 62), correspond à une intervention de l'enquêteur sous forme de « paraphrase ou un commentaire de l'énoncé précédent de l'interviewé ». Lorsque l'interviewé répond à une question, il arrive souvent que sa réponse soit partielle ou qu'elle ne couvre pas tous les aspects que le chercheur souhaite explorer. Plutôt que d'accepter cette réponse incomplète et de passer à la question suivante, le chercheur peut utiliser la relance pour encourager l'enquêté à développer davantage ses idées. Pour Combessie (2007 : 25), les relances au sens sont « la répétition par l'enquêteur d'une partie (un mot, un élément de phrase, une phrase) de ce qui vient d'être dit. Cette répétition manifeste l'attention et l'intérêt de l'enquêteur et suscite des précisions supplémentaires, des confirmations ou des reformulations : elle a fonction d'encouragement ». Par exemple, en reformulant ce qui a été dit ou en posant des questions complémentaires, le chercheur peut inciter l'interviewé à approfondir son propos et à fournir des précisions utiles. Les relances sont également utiles lorsque le chercheur n'est pas certain d'avoir bien compris l'énoncé de l'enquêté.

Sauvayre (2021 :101-102) nous donne plusieurs exemple de relances : « *C'est-à-dire...* », « *Par exemple...* », « *Qu'est-ce que vous entendez par là ?* », « *Vous avez dit ceci, vous pourriez m'en dire plus.* », « *Vous avez dit ceci, vous auriez un exemple...* », « *Vous avez dit ceci ; qu'est-ce qui vous a amené à penser cela, à faire cela, à dire cela.* ». Ce genre de phrases encourage des échanges plus riches, où l'interviewé se sent libre d'exprimer ses réflexions et d'approfondir les sujets abordés.

## 2. L'observation

En plus des questionnaires et des entretiens, l'observation se présente comme une méthode scientifique fondamentale pour la collecte de données dans toutes les disciplines des sciences humaines et sociales. Cette technique permet d'accéder à des informations sur les comportements et pratiques des individus dans leur milieu naturel, informations qui ne sont pas

forcément accessibles par des entretiens ou des questionnaires. Tandis que les questionnaires offrent une approche quantitative et standardisée, facilitant l'analyse statistique, et que les entretiens permettent d'explorer en profondeur les perceptions et expériences des participants, l'observation fournit des données riches et contextuelles qui échappent souvent aux méthodes traditionnelles. Elle se concentre sur ce que les sujets font plutôt que sur ce qu'ils disent comme le notent Quivy et Van Campenhoudt (1988 : 179) : « Il est plus facile de mentir avec la bouche qu'avec le corps. ». En comparant entre l'observation et l'interview, Jean-Marie De Ketele et Xavier Roegiers (2015 : 16) écrivent : « Ce qui fait la spécificité de l'observation par rapport à l'interview n'est pas la démarche elle-même, mais l'objet de la démarche : l'interview a pour objet principal le discours du sujet, alors que l'observation a pour objet principal des comportements observables ».

Avec l'essor des méthodes quantitatives, cette approche a été critiquée pour son caractère jugé trop subjectif, par opposition à une science sociale qualifiée d'objective (Philip et De Battista, 2012 : 209). Ce n'est qu'à partir des années cinquante que l'intérêt pour l'observation s'est ravivé. C'est ce qui est mis en lumière dans ce passage : « Chez les sociologues et les psychosociologues, par contre, d'autres pratiques de l'enquête ont pris depuis déjà longtemps le dessus, dans le contexte de l'institutionnalisation de la sociologie à partir des années 1950, rejetant ainsi jusqu'à une date récente l'observation participante dans une sorte de marginalité ». (Lapassade, 2016 : 394). Historiquement, l'observation s'est d'abord développée dans le domaine de l'anthropologie, ainsi que le souligne Anne Lapérière (2009) : « elle avait pour but de déchiffrer la culture et les routines sociales des communautés sur lesquelles on ne possédait pas de connaissances systématiques ». L'observation s'étend à diverses disciplines des sciences humaines et sociales, y compris les sciences du langage.

Par ailleurs, l'observation est particulièrement mise en lumière par les travaux des sociologues de l'École de Chicago (USA). Cette approche a été illustrée par des études célèbres, comme celle de W.F. Whyte (1993) dans *Street Corner Society*, où il a passé plus de trois ans (1937-1940) à observer une bande de jeunes immigrés italiens à Boston (USA) pour comprendre leurs comportements et pratiques.

Malgré ses nombreux avantages, l'observation, qu'elle soit directe, participante ou non, demeure une méthodologie très peu utilisée parmi nos étudiants dans leurs mémoires de fin d'étude. Ainsi, nos étudiants privilégient souvent des méthodologies classiques comme les entretiens semi-directifs ou les questionnaires. Bien que ces méthodes soient utiles pour

recueillir les points de vue des enquêtés, elles ne permettent pas toujours d'appréhender les pratiques réelles, laissant un écart significatif entre le « dire » et le « faire ».

Cette partie se donne pour objectif de définir l'observation, en mettant en avant ses richesses et ses difficultés, et à explorer les modalités pratiques de sa mise en œuvre.

### **2.1.Définition de l'observation et des types d'observation**

L'observation consiste à « étudier en immersion totale sur le terrain la réalité vivante d'une population » (Brelet, 2015 : 64). Cette immersion permet au chercheur de mieux comprendre le comportement humain à travers l'observation de la réalité sociale et de « de rendre compte des pratiques sociales, de montrer ce qui amène les acteurs à agir de telle ou telle sorte » (Chevalier et Stenger, 2018 :98). Comme le soulignent Arborio et Fournier (2010), cette technique implique d'observer sans poser directement des questions, en mobilisant tous les sens du chercheur. Pour mener une observation approfondie, le chercheur doit porter une attention à plusieurs aspects essentiels. Selon Kohn et Christiaens (2014 : 71) : « Observer signifie porter son attention sur (1) le détail de l'observation, (2) l'information visuelle ainsi qu'auditive, (3) la dimension temporelle, (4) l'interaction entre les personnes, et (5) l'établissement de liens avec catégories mentales ». Cela permet d'enregistrer les pratiques concrètes des acteurs dans des contextes spécifiques, tout en cherchant à comprendre la signification des interactions observées. Ainsi, l'observateur doit adopter une posture d'écoute active et d'attention aux détails, cherchant à comprendre la signification des actions et des interactions entre les acteurs concernés (Chevalier et Stenger, 2018 : 95).

En sciences humaines, la technique de l'observation se révèle d'une grande utilité. Comme le soulignent Quivy et Van Campenhoudt (1988 :190), elle est particulièrement adaptée « à l'analyse du non-verbal et de ce qu'il révèle : les conduites instituées, les codes comportementaux, le rapport au corps, les modes de vie et les traits culturels, ainsi que l'organisation spatiale des groupes et de la société ». Pour les chercheurs Sylvain Giroux et Ginette Tremblay (2009 : 189), cette méthode est utile lorsque la majorité des indicateurs de recherche se manifestent sous forme de comportements, notamment dans le cadre d'interactions entre individus.

On distingue généralement deux modalités d'observation : l'observation non participante et l'observation participante.

### 2.1.1. Observation non participante

L'observation non participante se caractérise par le fait que le chercheur n'intervient pas dans les activités qu'il observe. Dans ce cas, il adopte une posture d'observateur extérieur, et se contente de recueillir des données sur les comportements et interactions des individus sans interférer dans leur routine. Cette méthode permet de minimiser l'impact de la présence du chercheur sur le groupe observé, ce qui peut conduire à des observations plus naturelles et spontanées : « l'observateur se fait physiquement le plus discret possible, par souci de ne pas modifier la situation naturelle » (Norimatsu et Cazenave-Tapie, 2017 : 532). Cela soulève des questions éthiques, notamment en ce qui concerne la vie privée et le consentement des participants.

### 2.1.2. Observation participante

À l'opposé, l'observation participante implique que le chercheur s'engage activement dans les activités qu'il observe et « tente de vivre les mêmes activités que les personnes observées » (Tétreault 2014 : 318). Dans cette approche, le chercheur devient à la fois acteur et observateur, ce qui lui permet d'avoir une compréhension plus profonde des dynamiques sociales en jeu. La principale fonction de l'observation participante est de « documenter de l'intérieur des phénomènes sociaux difficilement mesurables autrement » (*ibid.* :318). Une autre fonction de l'observation participante consiste à décrire le plus exactement possible l'expérience du groupe et des individus qui le composent (*ibid.* :318).

Il existe deux scénarios concernant la connaissance des participants, soit ils sont informés de l'observation, soit ils ne le sont pas :

#### a) Observation dissimulée

L'observation dissimulée, également connue sous le nom d'observation cachée ou clandestine, se caractérise par le fait que les participants ne sont pas informés qu'ils sont observés. Dans ce cas, le chercheur intègre souvent le groupe étudié sans révéler ses intentions d'observation. Il « doit s'immerger le plus complètement possible dans la vie du groupe et faire les mêmes activités qu'eux (parfois s'habiller et agir comme eux). Il adopte les comportements et le langage du groupe observé » (*ibid.* :320). Cette méthode permet d'obtenir des données sur les comportements et interactions des individus dans un cadre naturel, sans que ceux-ci modifient leur comportement en raison de la présence d'un observateur.

Günter Wallraff, un journaliste d'investigation de renom, a fréquemment recouru à l'observation participante clandestine pour mettre en lumière des problèmes sociaux et décrire

des conditions de vie difficiles. Dans son ouvrage *Tête de Turc* (1986), il relate son expérience de deux ans en tant qu'immigrant turc sans permis de travail vivant en Allemagne. Se créant une fausse identité, il a exercé plusieurs emplois. À travers ce récit, il expose ses conditions de travail et rapporte les commentaires parfois péjoratifs de ses collègues et employeurs. Son enquête a contribué à sensibiliser le public au racisme et à la situation précaire vécue par certains immigrants dans les pays industrialisés (Tétreault 2014 :320). La recherche de Pettersson, Olsson et Fjellström (2004), qui ont observé discrètement 338 personnes (parents et enfants) interagissant dans des épiceries afin d'étudier l'influence des enfants sur les comportements d'achat des parents, constitue quant à elle un exemple de recherche avec observation dissimulée et non participante (cité par Giroux et Tremblay, 2009 : 190-191). Cependant, cette approche soulève des questions éthiques, notamment en ce qui concerne la vie privée des individus et leur consentement.

#### ***b) Observation non dissimulée***

L'observation non dissimulée implique que les participants soient conscients qu'ils sont observés. Dans ce scénario, le chercheur peut déclarer ouvertement ses intentions et expliquer le but de son étude, c'est-à-dire « la communauté est informée que l'observateur est présent, qu'il est là dans un but précis et qu'il a pour tâche de regarder comment le groupe fonctionne » (Tétreault 2014 :319). Cependant, l'un des inconvénients de l'observation non dissimulée est que la simple connaissance de l'observation peut influencer le comportement des participants. Ils peuvent modifier leurs actions en réponse à la présence du chercheur, ce qui peut fausser les données collectées. C'est pourquoi de nombreux chercheurs estiment qu'il est souvent nécessaire de dissimuler l'observation « afin que le comportement étudié ne diffère pas du comportement « naturel » de l'individu observé » (Giroux et Tremblay, 2009 : 192).

En abordant la délicate question de l'éthique dans l'enquête par observation, les chercheurs Giroux et Tremblay ( 2009 : 193) soulignent « S'il est impossible d'obtenir un consentement avant d'effectuer les observations, et si la publication de détails tels que le lieu, les particularités des participants et la nature des comportements observés permet difficilement d'identifier les individus observés, l'obtention du consentement de ces derniers quant à l'utilisation des données n'est pas absolument nécessaire. Toutefois, si des détails permettent d'identifier les participants, il faut absolument, après l'observation, obtenir leur consentement en ce qui regarde l'utilisation des données ».

## **2.2. Les outils de l'observation**

Pour réussir cette démarche, plusieurs outils d'observation peuvent être mobilisés par le chercheur, chacun offrant des avantages différents en fonction des objectifs de l'étude. Les chercheurs Morange et Schmoll (2016) proposent ainsi trois types d'outils essentiels : les grilles d'observation, le carnet de terrain et les supports visuels.

### **2.2.1. Les grilles d'observation**

La grille d'observation est un outil méthodologique essentiel qui structure et oriente le travail du chercheur sur le terrain, en focalisant son attention sur des éléments clés. Comme le soulignent Chevalier et Stenger (2018 : 102), les grilles d'observation permettent au chercheur « de poser son regard plus spécifiquement sur tel ou tel élément ». Cet outil offre la possibilité de définir préalablement les différents comportements et interactions à observer.

L'observation effectuée à l'aide d'une grille est qualifiée de systématique, tandis que celle réalisée sans grille est considérée comme libre. Opter pour tel ou tel type d'observation influence la manière dont les données sont collectées et interprétées. En somme, la grille d'observation constitue un cadre qui aide à structurer l'étude, tout en laissant une marge de manœuvre pour l'imprévu et l'adaptation aux réalités du terrain.

### **2.2.2. Le carnet de terrain**

Le carnet de terrain, qu'il soit au format papier ou numérique, est un outil essentiel pour la mémorisation et l'enregistrement des observations. Il permet de noter sur le vif les comportements observés, les impressions personnelles et les contextes d'observation. Pour garantir la fiabilité des données, le chercheur doit transcrire fidèlement les situations observées. Comme l'affirment Morange et Schmoll : (2016 : 79) : « Il faut noter au plus près les situations observées, de la manière la plus neutre possible, sans faire de généralisations hâtives, sans porter de jugements de valeur et en restant sensible à sa propre humeur ».

Cependant, il est important que les notes soient organisées de manière à pouvoir être facilement consultables plus tard. En adoptant un protocole rigoureux, les chercheurs peuvent garantir la qualité et la pertinence de leurs notes, facilitant ainsi l'interprétation des données par la suite.

### **2.2.3. Les supports visuels et iconographiques de l'observation**

L'observation peut être renforcée par l'utilisation de supports visuels tels que les photographies et les vidéos. Ces outils permettent de capturer des moments précis et d'approfondir l'analyse en offrant un enregistrement systématique des situations observées (*ibid.* : 82). Les supports

visuels offrent de nombreux avantages dans le cadre de l'observation comme on peut le lire dans cette citation : « Grâce à ces outils, on pourra revenir à tête reposée sur des images capturées, faire des comptages, repérer des éléments non perçus à première vue, faire traduire des propos tenus dans une langue étrangère » (*ibid.* : 82).

En somme, bien que ces supports facilitent le retour sur les données et l'identification d'éléments souvent négligés, leur utilisation nécessite une attention particulière, car ils peuvent influencer la situation observée.

### **2.3. Organisation de l'observation**

Il n'existe pas de méthode unique pour structurer une recherche fondée sur l'observation participante. Toutefois, Sylvie Tétreault (2014) propose de s'appuyer sur quatre étapes clés :

#### ***1<sup>re</sup> étape : Déterminer les objectifs et planifier l'observation participante***

La première étape de l'observation participante consiste à définir clairement les objectifs et à planifier l'étude. Le chercheur doit veiller à ce qu'elle soit en adéquation avec les spécificités du thème à étudier et de la problématique de recherche. La particularité de cette technique est que les hypothèses ne sont pas préalablement établies. Le chercheur « se doit d'être ouvert à ce que les gens vont lui dire, à ce qu'il verra et ressentira » (*ibid.* : 321). A ce propos, Tétreault (2014 :321) cite la recherche de Stahl et ses collègues (2010) « qui ont maximisé le potentiel de l'observation participante. En effet, ces chercheurs ont observé les déplacements de personnes non voyantes dans l'environnement urbain. Ils voulaient voir comment les bordures de trottoir, les structures texturées et encavements dans le pavage (warning surface) peuvent servir comment moyens d'information et de prévention d'accidents pour les individus aveugles. Par une méthodologie mixte combinant une observation structurée (think aloud) et des entretiens, ils ont pu déterminer les caractéristiques essentielles à considérer lors du design des surfaces urbaines de marche. Cet exemple montre comment l'observation participante permet d'explorer et d'étudier en profondeur un phénomène, de recueillir des informations de première main, de s'immerger et de capturer un autre contexte de vie ainsi que de reconstituer une expérience » (Tétreault, 2014 : 321).

#### ***2<sup>e</sup> étape : Identifier le groupe et les participants potentiels***

La deuxième étape de l'observation participante consiste à identifier le groupe cible. Le choix du groupe doit être soigneusement réfléchi, car il doit correspondre aux objectifs de recherche et à la question posée. Le consentement des participants est une question éthique importante.

Dans le cas d'une observation ouverte, il est nécessaire que chaque participant signe un formulaire de consentement. En revanche, pour une observation clandestine, les personnes observées ne sont pas informées qu'elles font l'objet d'une étude, comme c'est le cas pour des individus dans une salle d'attente ou un groupe de personnes âgées dans un centre commercial. Dans ce contexte, « il s'avère injustifié et plus difficile (selon cette méthode) d'obtenir leur consentement » (*ibid.* : 321).

### ***3e étape : Réaliser l'observation participante et recueillir les données***

La troisième étape de l'observation participante consiste à recueillir les données sur le terrain. Comme on l'a déjà signalé, la prise de notes est une activité fondamentale qui permet à l'observateur de capturer les détails significatifs. L'utilisation d'un magnétophone peut enrichir le processus de collecte de données en permettant à l'observateur d'enregistrer des conversations ou des interactions importantes qui pourraient échapper à une simple prise de notes. Cependant, il est important que le chercheur reste conscient des implications éthiques liées à l'enregistrement audio. Si l'observation est ouverte, il doit s'assurer que les participants sont informés et sont consentants à être enregistrés. Dans le cas d'une observation clandestine, ces considérations deviennent encore plus complexes, nécessitant une réflexion éthique approfondie sur la vie privée et le respect de l'intimité des individus observés.

### ***4e étape : Analyser les données et rédaction du rapport***

La quatrième étape de l'observation participante implique l'analyse des données recueillies et la rédaction du rapport (mémoire, thèse, etc.). Après avoir recueilli un volume important d'informations, le chercheur doit procéder à une classification systématique des données. Cela implique non seulement d'organiser les notes de terrain, mais aussi de réfléchir à la manière dont ces données peuvent être interprétées et intégrées dans le cadre de la recherche. Pour faciliter cette analyse, « il peut se baser sur un cadre de référence ou un modèle théorique » (*ibid.* : 323). Enfin, la rédaction du rapport est l'aboutissement de cette démarche analytique. Ce rapport doit non seulement présenter les résultats de manière claire et structurée, mais aussi contextualiser ces résultats dans le cadre théorique choisi.

## **2.4. Difficultés de l'observation**

Le premier obstacle majeur est le manque de distance entre l'observateur et l'objet d'étude. Le chercheur doit être capable de transformer ce qui est familier en quelque chose d'étrange, et vice versa (Beaud & Weber, 2001). A ce propos, Françoise Chevalier et Sébastien Stenger

(2018 : 99) écrivent « Prendre un objet de recherche dans son environnement direct pose donc problème car il sera plus difficile de se décentrer et de garder cette « marginalité nécessaire ». L'une des grandes difficultés de l'observation, notamment sur un terrain familier, est de dépasser les évidences. Cela exige un effort conscient pour adopter un regard « étranger » sur des pratiques ordinaires. Observer implique efficacement un double mouvement : s'éloigner pour mieux voir et s'étonner pour mieux comprendre (*ibid.* : 99).

La deuxième difficulté repose sur le fait que la présence du chercheur introduit des biais qui peuvent altérer la situation étudiée. Lorsque le chercheur adopte un mode d'observation directe, il occupe un rôle social dans la situation observée. Ce rôle engage un certain nombre de caractéristiques propres à l'enquêteur-son sexe, son âge, son statut, son langage corporel-qui influencent les interactions et les comportements des personnes observées comme le précisent Chevalier et Stenger (2018 : 100) : « les individus s'adaptent, ils catégorisent l'observateur, jugent sa conduite, ses faux-pas, en font un allié ou un ennemi ».

Cette réalité soulève le « paradoxe de l'observateur », tel que décrit par W. Labov. Dans ses travaux en sociolinguistique, il a démontré que la présence de l'enquêteur peut amener le locuteur à modifier son discours de manière consciente ou inconsciente. Ce paradoxe traduit la tension inhérente au processus d'observation : le chercheur cherche à saisir une situation dans sa spontanéité et sa fluidité, mais sa présence même dans la situation l'altère irrémédiablement. L'une des conséquences majeures de ce paradoxe est que « le chercheur est à la fois instrument de recueil et analyseur » (Chevalier et Stenger : 2018 : 100). Cette double posture demande une grande vigilance afin d'éviter de projeter ses propres préjugés sur les données recueillies. Pour atténuer ces effets, il faut adopter des stratégies appropriées. Cela peut inclure l'utilisation de méthodes mixtes pour trianguler les données et renforcer ainsi la validité des résultats.

## **2.5.Observation des situations didactiques**

Les chercheurs, lorsqu'ils évoquent les pratiques enseignantes, distinguent trois types de pratiques : les pratiques déclarées, les pratiques constatées et les pratiques attendues. Dans un article intitulée « *L'observation des pratiques enseignantes effectives en classe : recherche et formation* ». Marguerite Altet développe ces trois types en ces termes :

-Les *pratiques déclarées* concernent ce que disent faire les sujets ; leurs propos sont recueillis grâce à des questionnaires et/ou lors d'entretiens. Le discours des enseignants à propos de leur activité, notamment en classe, est riche car il comporte, outre leurs représentations, la part de

conscientisation de leur propre activité, une part de ce que les sujets ont intégré de ce qu'il convenait de faire

-Les *pratiques attendues*. Les enseignants sont soumis à un certain nombre d'attentes, d'injonctions, de prescriptions du système éducatif. Les attentes relèvent de l'organisation sociale, les injonctions sont plus particulièrement portées par l'institution à travers un programme ou un curriculum et en son sein par les évaluateurs et les formateurs. Il est intéressant de connaître les attentes institutionnelles ainsi que certains éléments de la désirabilité sociale (recueillis à partir de questionnaires et d'entretiens).

-Par *pratiques constatées* ou effectives est désigné ce que les chercheurs observent de l'activité que déploient effectivement les enseignants principalement en situation de classe. Ces constats s'effectuent à partir d'observations en privilégiant les dimensions ou variables qui ont une force organisatrice particulière dans le processus d'enseignement. Des entretiens pré et post observations peuvent être menés pour enrichir ces observations (Altet, 2017 : 1197-1198).

L'observation s'impose ainsi comme une méthode essentielle en didactique, notamment pour l'étude des pratiques pédagogiques en classe. En tant que technique de collecte de données, elle permet d'analyser les interactions entre enseignants et apprenants ainsi que les processus d'apprentissage dans toute leur complexité. En offrant une vision réelle des réalités scolaires, l'observation contribue non seulement à la compréhension des dynamiques pédagogiques, mais aussi à l'amélioration des pratiques d'enseignement, et répondre ainsi aux enjeux de formation et d'innovation pédagogique.

Dans ce contexte, le domaine de la didactique des langues-cultures s'inscrit dans une démarche visant à optimiser le processus d'enseignement-apprentissage. Ce champ de recherche, fortement lié à l'observation des pratiques effectives, se concentre sur l'analyse et l'évaluation des pratiques pédagogiques. Son objectif est de décrire non seulement ce qui se passe dans la salle de classe, mais aussi d'engager une réflexion critique sur les méthodes d'enseignement utilisées

L'observation permet alors de saisir les subtilités des interactions entre enseignants et élèves, ainsi que les choix didactiques effectués. Cette approche est renforcée par l'analyse des discours des enseignants concernant leurs choix pédagogiques (les entretiens), ainsi que par l'examen des matériaux didactiques et des ressources mobilisées en class

# La bibliographie

- Agier, M. (2004), *La sagesse de l'ethnologue*. L'œil Neuf.
- Alami, S., Desjeux, D. et Garabua-Moussaoui, I. (2013). *Les méthodes qualitatives*. (2e éd.). Presses Universitaires de France. <https://doi.org/10.3917/puf.alami.2013.01>.
- Altet, M. (2017). L'observation des pratiques enseignantes effectives en classe : Recherche et formation. *Cadernos de Pesquisa*, 47(166), 1196-1223. <https://doi.org/10.1590/198053144321>
- Arborio, A.-M., & Fournier, P. (2010). *L'enquête et ses méthodes : l'observation directe*. Armand Colin.
- Beaud, M. (2006). *L'art de la thèse*. La Découverte.
- Beaud, S. et Weber, F. (2003/2010). *Guide de l'enquête de terrain : Produire et analyser des données ethnographiques*. La Découverte.
- Bertaux, D. (2016). 2. Du récit de vie. *Le récit de vie* - 4e édition. ( p. 38 -50 ). Armand Colin. <https://shs.cairn.info/le-recit-de-vie--9782200601614-page-38?lang=fr>.
- Bertaux D. (2005). *Le récit de vie*. Armand Colin.
- Berthier, N. (2002/2016). *Les techniques d'enquête en sciences sociales : méthodes et exercices corrigés*. Armand Colin.
- Bioy, A., Castillo, M. et Koenig, M. (2021). *Les méthodes qualitatives en psychologie clinique et psychopathologie*. <https://doi.org/10.3917/dunod.casti.2021.01>.
- Blanchet, A. (1986). *L'entretien dans les sciences sociales*. Dunod.
- Blanchet, A. et Gotman, A. (1992). *L'enquête et ses méthodes : l'entretien*. Nathan
- Blanchet, A., & Gotman, A. (2005/2007). *L'enquête et ses méthodes : l'entretien*. Armand Colin.
- Blanchet, Ph. (2000). *La Linguistique de terrain. Méthode et théorie. Une approche ethno-sociolinguistique*. Presses Universitaires de Rennes.
- Boulan, H. (2015). *Le questionnaire d'enquête Les clés d'une étude marketing ou d'opinion réussie*. Dunod. <https://shs.cairn.info/le-questionnaire-d-enquete--9782100738410?lang=fr>
- Brelet, C. (2015). L'observation participante pour éviter l'inféodation des éthiques « autres ». *Journal international de bioéthique et d'éthique des sciences*, 26(2), 63-83. <https://doi.org/10.3917/jib.263.0063>
- Boukouş, A. (1999). *Le questionnaire*. Dans L.-J. Calvet et P. Dumont (Éds.), *L'enquête sociolinguistique* (pp. 15-24). L'Harmattan.
- Bugeja-Bloch, F. et Couto, M. (2021). *Les Méthodes quantitatives*. (2e éd.). Presses Universitaires de France. <https://doi.org/10.3917/puf.bugej.2021.01>.
- Calvet L-J. et Dumont P. (1999). *L'enquête sociolinguistique*. L'Harmattan.

Carnel, B. (2001). Scripta manent des entretiens : à quelles fins ? Dans L. Marmoz (Dir.), *L'entretien de recherche dans les sciences sociales et humaines : la place du secret* (p. 69-89). L'Harmattan.

Chevalier, F., Cloutier, M. et Mitev, N. (2018). Les méthodes de recherche du DBA. <https://doi.org/10.3917/ems.cheva.2018.01>.

Chevalier, F. et Stenger, S. (2018). Chapitre 5. L'observation. Dans Chevalier, F., Cloutier, M. et Mitev, N. (dir.), *Les méthodes de recherche du DBA*. ( p. 94 -107 ). EMS Éditions. <https://doi.org/10.3917/ems.cheva.2018.01.0094>.

Chevalier, F. et Meyer, V. (2018). Chapitre 6. Les entretiens. Dans Chevalier, F., Cloutier, M. et Mitev, N. (dir.), *Les méthodes de recherche du DBA*. ( p. 108 -125 ). EMS Éditions. <https://doi.org/10.3917/ems.cheva.2018.01.0108>.

Combessie, J. (2007) . II. L'entretien semi-directif. La méthode en sociologie. ( p. 24 -32 ). La Découverte. <https://shs.cairn.info/la-methode-en-sociologie--9782707152411-page-24?lang=fr>.

Daunais, J.-P. (1993). L'entretien non directif. Dans B. Gauthier (Ed.), *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données* (2e éd. révisée). Presses Universitaires du Québec.

De Ketele, J.-M., & Roegiers, X. (2015). *Méthodologie du recueil d'informations* (5e éd.). De Boeck Université.

Fenneteau, H. (2015). *Enquête : entretien et questionnaire - 3e édition*. (3e éd.). Dunod. <https://doi.org/10.3917/dunod.fenne.2015.01>.

Fleitas, J. (1998). Spinning Tales from the World Wide Web: Qualitative Research in an Electronic Environment. *Qualitative Health Research*, 8(2), 283-292.

Giroux, S., & Tremblay, G. (2009). *Méthodologie des sciences humaines : la recherche en action*. Éditions du Renouveau pédagogique.

Guelfand, G. (2013). Les études qualitatives Fondamentaux, méthodes, analyse, techniques. <https://doi.org/10.3917/ems.guelf.2013.01>.

Guibert, P. (2021). *Manuel de sciences de l'éducation et de la formation*. <https://doi.org/10.3917/dbu.guibe.2021.01>.

Gumuchian, H. et Marois, C. (2000). Les méthodes d'échantillonnage et la détermination de la taille de l'échantillon. Dans *Initiation à la recherche en géographie*. Presses de l'Université de Montréal. <https://doi.org/10.4000/books.pum.14800>

Hiroko, N., & Cazenave-Tapie, P. (2017). Techniques d'observation en Sciences humaines et sociales. 52ème Congrès International Société d'Ergonomie de Langue Française (pp. 529-532). Toulouse, France.

Kohn, L. et Christiaens, W. (2014) . Les méthodes de recherches qualitatives dans la recherche en soins de santé : apports et croyances. *Reflets et perspectives de la vie économique*, Tome LIII(4), 67-82. <https://doi.org/10.3917/rpve.534.0067>.

Lapassade, G. (2016). Observation participante. Dans Barus-Michel, J., Enriquez, E. et Lévy, A. (dir.), *Vocabulaire de psychosociologie Références et positions.* ( p. 392 -407 ). érès. <https://doi.org/10.3917/eres.barus.2016.01.0392>

Lapérière, A. (2009). L'observation directe. Dans B. Gauthier (Dir.), *Recherche sociale, de la problématique à la collecte des données* (chap. 12, p. 311-336). Presses Universitaires du Québec.

Lejeune, C. (2019). *Manuel d'analyse qualitative Analyser sans compter ni classer.* (2e éd.). De Boeck Supérieur. <https://doi.org/10.3917/dbu.lejeu.2019.01>.

Lemoine, J. (2018). Chapitre 11. La collecte des données sur Internet. Dans Chevalier, F., Cloutier, M. et Mitev, N. (dir.), *Les méthodes de recherche du DBA.* ( p. 191 -200 ). EMS Éditions. <https://doi.org/10.3917/ems.cheva.2018.01.0191>.

Lièvre, P. (2016). *Manuel d'initiation à la recherche en travail social.* (3e éd.). Presses de l'EHESP. <https://doi.org/10.3917/ehesp.lievr.2016.01>

Marquet, J., Van Campenhoudt, L. et Quivy, R. (2022). *Manuel de recherche en sciences sociales - 6e éd.* Armand Colin. <https://shs.cairn.info/manuel-de-recherche-en-sciences-sociales--9782200633950?lang=fr>.

Martin, O. (2021). *Analyse quantitative. Sociologie, Les 100 mots de la sociologie.* <http://journals.openedition.org/sociologie/1204>

Marty, L. (2021). Chapitre 12. Le focus group. Dans Bioy, A., Castillo, M. et Koenig, M. (dir.), *Les méthodes qualitatives en psychologie clinique et psychopathologie.* ( p. 197 -213 ). Dunod. <https://doi.org/10.3917/dunod.casti.2021.01.0197>

Michelat, G. et Simon, M. (1977). 1. Une approche qualitative : une phase d'exploration. *Classe, religion et comportement politique.* (p. 3-10). Presses de Sciences Po. <https://shs.cairn.info/classe-religion-et-comportement-politique--9782724603873-page-3?lang=fr>

Morange, M. et Schmoll, C. (2016). Chapitre 3. L'observation. *Les outils qualitatifs en géographie Méthodes et applications.* ( p. 61 -85 ). Armand Colin. <https://shs.cairn.info/les-outils-qualitatifs-en-geographie--9782200601164-page-61?lang=fr>.

Morange, M. et Schmoll, C. (2016). Chapitre 4. L'entretien. *Les outils qualitatifs en géographie Méthodes et applications.* (p. 87 -116 ). Armand Colin. <https://shs.cairn.info/les-outils-qualitatifs-en-geographie--9782200601164-page-87?lang=fr>.

Moriceau, J. et Soparnot, R. (2019). *Recherche qualitative en sciences sociales S'exposer, cheminer, réfléchir ou l'art de composer sa méthode.* <https://doi.org/10.3917/ems.mori.2019.01>.

Moscarola, J. (2018) . Chapitre 12. Questionnaires et questionnaire en ligne. Dans Chevalier, F., Cloutier, M. et Mitev, N. (dir.), *Les méthodes de recherche du DBA.* ( p. 201 -217 ). EMS Éditions. <https://doi.org/10.3917/ems.cheva.2018.01.0201>.

- Moscarola, J. (2018). Questionnaires et questionnaire en ligne. Dans F. Chevalier, M. Cloutier & N. Mitev (Dir.), *Les méthodes de recherche du DBA* (p. 201-217). EMS Éditions. <https://doi.org/10.3917/ems.cheva.2018.01.0201>
- Moussavou, J. (2023) . Mobiliser la visioconférence dans les entretiens de recherche qualitative : Une revue intégrative. *Recherches en Sciences de Gestion*, N° 157(4), 419-444. <https://doi.org/10.3917/resg.157.0419>
- Moussavou, J. (2023). Mobiliser la visioconférence dans les entretiens de recherche qualitative : Une revue intégrative. *Recherches en Sciences de Gestion*, 157(4), 419-444. <https://doi.org/10.3917/resg.157.0419>
- Norimatsu, H., & Cazenave-Tapie, P. (2017). Techniques d'observation en sciences humaines et sociales. 52<sup>e</sup> Congrès International de la Société d'Ergonomie de Langue Française, Toulouse, France, septembre 2017, pp. 529-532.
- Paillé, P. et Mucchielli, A. (2021). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales* - 5e éd. Armand Colin. <https://shs.cairn.info/l-analyse-qualitative-en-sciences-humaines--9782200624019?lang=fr>.
- Parizot, I. (2012). L'enquête par questionnaire. Dans S. Paugam (Dir.), *L'enquête sociologique* (p. 93-113). Presses Universitaires de France. <https://doi.org/10.3917/puf.paug.2012.01.0093>
- Pascual A. et Gueguen N. (2002). « La technique du “vous êtes libre de...” : induction d'un sentiment de liberté et soumission à une requête ou le paradoxe d'une liberté manipulatrice », *Revue internationale de psychologie sociale*, vol. 15, n° 1, p. 51-80.
- Philip, C. et De Battista, P. (2012). Mise en œuvre de la méthodologie de l'observation participante dans le cadre d'un mémoire de M2. *La nouvelle revue de l'adaptation et de la scolarisation*, N° 59(3), 207-221. <https://doi.org/10.3917/nras.059.0207>.
- Pauze, E. (1984). *Technique d'entretien et d'entrevue*. Modulo.
- Quivy R. et Van Campenhoudt L. (1988/2006). *Manuel de recherche en sciences sociales*. Dunod.
- Roy, D., & De La Sablonnière, É. (2015). *MQ*. Modulo.
- Satin, A. et Shastry, W. (1993). *L'échantillonnage : un guide non thématique*. Statistique Canada.
- Sauvayre, R. (2013). *Les méthodes de l'entretien en sciences sociales*. <https://doi.org/10.3917/dunod.sauva.2013.01>.
- Sauvayre, R. (2021). *Initiation à l'entretien en sciences sociales* - 2e éd. Méthodes, applications pratiques et QCM. (2e éd.). Armand Colin. <https://shs.cairn.info/initiation-a-l-entretien-en-sciences-sociales--9782200630836?lang=fr>.
- Tétreault, S. (2014). Observation participante (Participative observation) Dans Tétreault, S. et Guillez, P. (dir.), *Guide pratique de recherche en réadaptation*. (p. 317 -325 ). De Boeck Supérieur. <https://doi.org/10.3917/dbu.guill.2014.01.0317>.

Tétreault, S. (2014). Récit de vie ou histoire de vie (oral history, life story, cultural life strip) Dans Tétreault, S. et Guillez, P. (dir.), Guide pratique de recherche en réadaptation. ( p. 299 - 312 ). De Boeck Supérieur. <https://doi.org/10.3917/dbu.guill.2014.01.0299>.

Tétreault, S. et Guillez, P. (2014). Guide pratique de recherche en réadaptation. <https://doi.org/10.3917/dbu.guill.2014.01>.

Van Campenhoudt, L., Marquet, J. et R, Quivy, (2017). Manuel de recherche en sciences sociales- 5e éd. Dunod. <https://doi.org/10.3917/dunod.vanc.2017.01>.

Vincent-Ponroy, J. et Chevalier, F. (2018). Chapitre 9. Les récits de vie. Dans Chevalier, F., Cloutier, M. et Mitev, N. (dir.), Les méthodes de recherche du DBA. (p. 158 -175 ). EMS Éditions. <https://doi.org/10.3917/ems.cheva.2018.01.0158>.

Whyte, W. F. (1993/1943). Street Corner Society : The Social Structure of an Italian Slum. University of Chicago Press.

.