

Module : Théorie et Méthodologie de la Recherche Scientifique

Enseignante chargée du module : ABBES DJERADA Thinhinane

Email : thinhinane.sport90@gmail.com

AXE 1 : Les Techniques De Recherche

L'ENTREVUE DE RECHERCHE

2-Entrevue de recherche :

L'entrevue de recherche est une technique directe utilisée pour interroger des individus isolément, mais aussi, dans certains cas, des groupes, de façon semi-directive, qui permet de faire un prélèvement qualitatif en vue d'une connaissance en profondeur des personnes rencontrées. Cette technique de recherche est tout indiquée pour qui veut explorer les motivations profondes des individus et découvrir, à travers la singularité de chaque rencontre, des causes communes à leurs comportements. Pour ces raisons, elle est souvent utilisée soit pour aborder des domaines encore largement méconnus, soit pour se familiariser avec les gens visés avant d'en rencontrer un plus grand nombre par d'autres techniques, soit pour se donner des pistes de réflexion avant de systématiser un problème de recherche. On vise de plus, par ce moyen, non seulement à établir des faits, mais à saisir les significations données par les personnes aux situations qu'elles vivent.

Dans l'entrevue de recherche, l'intervieweur ou l'intervieweuse se présente avec un schéma de questions à aborder avec chaque enquêté. L'entrevue de recherche n'est pas rigide, mais n'est pas non plus laissée à l'inspiration du moment. On donne à la personne interviewée la liberté d'élaborer ses réponses à sa guise, mais les sujets de discussion sont préétablis. La personne interviewée est choisie parce qu'elle correspond à des caractéristiques de population établies à l'avance pour les fins de la recherche. Enfin si l'entretien peut se révéler significatif pour l'enquêté, il est d'abord mené pour les besoins du chercheur ou de la chercheuse dont l'intention est d'induire une ou des réactions des enquêtes pour en faire ensuite une analyse qualitative en vue de dépasser les cas particuliers et de dégager possiblement des traits communs.

L'entrevue de recherche peut donner lieu à des variantes dans son utilisation. C'est ainsi que se sont développées l'histoire de vie et l'entrevue de groupe.

- Histoire de vie : entrevue de recherche en vue de recueillir le récit d'une personne sur son passé.
- Entrevue de groupe : entrevue de recherche pour connaître les réactions d'un ensemble restreint d'individus ayant quelque chose en commun.

2-1- les avantages de l'entrevue de recherche :

- Flexibilité
- Réponses nuancées
- Intérêt suscité

- Perception globale de l'interviewé
- Prise en considération du groupe

2-2- les inconvénients :

- Réponses mensongères
- Résistance de l'interviewé
- Subjectivité de l'intervieweur
- Manque de comparabilité des entrevues
- Obstacles circonstanciels

3- Le Questionnaire Ou Le Sondage :

Le questionnaire, sous sa forme la plus connue, le sondage, est une technique directe pour interroger des individus de façon directive, puisque la forme des réponses est prédéterminée, qui permet de faire un prélèvement quantitatif en vue de trouver des relations mathématiques et d'établir des comparaisons chiffrées. Le questionnaire est un moyen d'entrer en communication avec des informateurs, en les interrogeant un à un et de façon identique, en vue de dégager des réponses obtenues des tendances dans les comportements d'une large population. Les questions ne sont pas du même ordre que celle de l'entrevue de recherche et l'intervieweur, quand il y en a un, n'a pas un rôle aussi important. Quant au sondage, il s'est répandu comme un outils de premier ordre, rapide et précis, pour des sujets tels que les réactions à des politiques gouvernementales ou à des candidats à des élections. Cette technique sert aussi aux recherches de motivations à des fins commerciales. Les enquêtes militantes ou de recherche-action l'utilisent également. Etant donné leurs multiples usages, questionnaires et sondages sont le moyen d'investigation le plus largement répandu dans les sciences humaines.

3-1- les différences entre le questionnaire et le sondage :

Trois différences factuelles existent entre le questionnaire et le sondage :

- Le sujet des questions
- La population visée
- Le nombre de questions.

3-1-1- le sujet des questions : le questionnaire peut toucher plusieurs types de sujets depuis les plus impersonnels (la vie des personnages publics) jusqu'aux plus intimes (sa sexualité), des connaissances de fait à croyances, des perceptions aux évaluations.

Le sondage, quant à lui, est plutôt associé à l'enquête d'opinion, c'est-à-dire au questionnement des individus sur une évaluation ou une intention d'agir précise.

3-1-2- la population visée :

Si le sondage est associé à opinion, il est aussi synonyme d'enquête à grande échelle, voir sur l'ensemble d'un pays, comme les sondages d'opinion politique, omniprésents à l'approche d'une élection. C'est que le sondage est relié à une technique statistique permettant de se renseigner sur une large population en interrogeant une fraction, tout de même relativement grande, de cette dernière. Le questionnaire, bien qu'il vise également à informer sur une population, ne peut atteindre tant géographiquement qu'en ce qui concerne ses caractéristiques. Le questionnaire est donc destiné à une population plus limitées, en raison, entre autres choses, de son contenu.

3-1-3- le nombre de questions :

En règle générale, un questionnaire contient de dizaines de questions qui portent sur plusieurs aspects de la vie des gens. Sa longueur est un frein à son ampleur. Le sondage, lui, est court. Il est réduit, en règle générale, à une page ou un peu plus. En fait, la principale préoccupation est de rejoindre le grand nombre et, ne serait-ce qu'en raison des coûts, il ne peut être plus long.

En résumé, le questionnaire contient de nombreuses questions, couvre divers sujets et s'applique à quelques centaines de personnes tout au plus. Le sondage, pour sa part est composé d'un nombre restreint de questions, tourne autour de sujet d'opinion et s'adresse à des milliers de personnes. Ces différences étant faites, le questionnaire et le sondage seront traités indistinctement dans le reste de ce chapitre, à moins d'indications contraires.

3-2- les avantages du questionnaire ou sondage :

- Technique peu coûteuse
- Rapidité d'exécution
- Saisie de comportements non observables
- Comparabilité des réponses
- Application au grand nombre

3-3- les inconvénients du questionnaire ou sondage :

- Déformation volontaire des propos
- Inaptitude de certaines enquêtes
- Informations sommaires
- Refus de répondre

4- L'EXPERIMENTATION :

L'expérimentation est une technique directe, généralement utilisée auprès d'individus dans le cadre d'une expérience menée de façon directive, car le contrôle des moindres détails de la situation est une caractéristique de l'expérimentation. Elle permet de faire un prélèvement qualitatif en vue de soumettre les données à un traitement statistique. L'expérimentation n'est pas aussi répandue en sciences humaines qu'en science de la nature, car l'objet s'y prête moins facilement. On l'emploie toutefois quand on veut faire une analyse de cause à effet, car l'expérimentation permet d'examiner l'effet d'une variable indépendante sur la variable dépendante ou, plus concrètement, la réaction de l'individu à un stimulus. Quand les principaux concepts d'une hypothèse peuvent se convertir en variable mesurables, il y a lieu de songer à choisir l'expérimentation.

4-1- les éléments de l'expérimentation classique :

L'expérimentation classique, c'est-à-dire qui se présente avec tous les caractères traditionnellement associés à cette procédure, contient les éléments suivants : une variable indépendante et une variable dépendante, un test avant (prétest) et un test après (post-test) l'expérimentation ; un groupe expérimental et un groupe de contrôle ou groupe témoin.

4-2- les avantages de l'expérimentation :

- Etablissement d'un rapport de causalité
- Maîtrise de situation
- Possibilité de mesure

4-3- les inconvénients de l'expérimentation :

- Grande simplification du réel
- Non-représentativité des sujets d'expérience
- Inconstance des groupes

5- L'ANALYSE DE CONTENU :

L'analyse de contenu est une technique indirecte utilisée sur des productions écrites, sonores ou audiovisuelles, provenant d'individus ou de groupes ou portant sur eux, dont le contenu se présente sous forme non chiffrée. Elle permet de faire un prélèvement quantitatifs ou qualitatif. L'analyse de contenu est sans doute la plus connue des techniques d'analyse de données secondaires. C'est la technique tout indiquée pour analyser non seulement des productions actuelles, mais aussi celles du passé, car elle permet de mettre en lumière un évènement, une action individuelle ou collective pour lesquels des traces écrites existent. L'analyse de contenu est l'outil par excellence des historiennes et historiens, des sociologues, politicologues et psychologues qui s'intéressent à l'études des cultures étrangères, des médias en général (littérature, manuels scolaires, téléromans, émissions pour enfants, messages publicitaires,

nouvelles et chansons), de la personnalité, des idéologies et autres formes de représentations des individus et des organisations.

5-1- les avantages de la technique d'analyse de contenu :

- Approfondissement de la symbolique
- Possibilités d'études comparatives et évolutives
- Richesse d'interprétation

5-2- les inconvénients de la technique d'analyse de contenu :

- Longueur de l'analyse
- Ecart par rapport à la réalité
- Estimation risquée du matériel

6- L'ANALYSE DE STATISTIQUES :

Technique indirecte d'investigation scientifique utilisée sur des productions ou document se rapportant à des individus ou à des groupes, dont le contenu est chiffré, qui permet un prélèvement quantitatif en vue d'explications statistiques et de comparaisons chiffrées.

6-1- les avantages de la technique d'analyse de statistiques :

- Coûts minimes
- Possibilités d'études extensives et évolutives
- Complément judicieux à une enquête en cours
- Approfondissement d'une recherche déjà menée.

6-2- les inconvénients de la technique de l'analyse de statistiques :

- Statistiques construites par un tiers
- Erreurs de collecte.

Référence bibliographique :

Maurice Angers, initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines, édition Casbah, Alger, 1996.