

Table des matières

PRÉFACE	13
CHAPITRE 1	
INTRODUCTION	17
1.1 De quoi va-t-on parler dans ce manuel?	18
1.2 Deux grands types de données : qualitatives et quantitatives.....	20
1.3 Mobiliser des stratégies de validation tout au long de la démarche	22
1.3.1 <i>Pendant la conception d'un projet</i>	24
1.3.2 <i>Pendant la collecte de données</i>	26
1.3.3 <i>Pendant l'analyse</i>	27
1.3.4 <i>Pendant l'écriture</i>	28
Conclusion.....	28
Références	29
CHAPITRE 2	
PENSER AVANT DE SE LANCER :	
DES MODÈLES DE RECHERCHE COMME OUTILS	
DE DESIGN ET DE SYNTHÈSE	31
2.1 Pourquoi commencer en parlant de modèles de recherche?	32
2.2 Les rudiments d'un modèle de recherche.....	34
2.2.1 <i>Que cherche-t-on à modéliser au juste?</i>	34
2.2.2 <i>Les ingrédients de base d'un modèle :</i> <i>des boîtes et des flèches</i>	35
2.2.3 <i>Le modèle comme outil de design</i> <i>et de communication</i>	38
2.2.4 <i>Le modèle comme outil de communication</i>	41

2.3 Questions fréquentes et utilisation avancée des modèles	41
2.3.1 <i>Doit-on absolument définir notre modèle avant de commencer?</i>	41
2.3.2 <i>N'est-ce pas un peu simpliste de tout mettre dans des boîtes?</i>	44
2.3.3 <i>Oui, mais peut-on représenter des relations plus complexes?</i>	45
Conclusion.....	50
Références	50

CHAPITRE 3

BIEN PLANIFIER LA COLLECTE DE DONNÉES 53

3.1 Identifier sa population d'intérêt	55
3.2 Accéder à son terrain	57
3.3 Recruter des participants	59
3.3.1 <i>Échantillonner pour rendre l'étude généralisable</i>	60
3.3.2 <i>Échantillonner pour des résultats transférables</i>	62
3.4 Circonscrire la collecte : la taille de l'échantillon.....	65
3.5 L'éthique de la recherche	68
3.5.1 <i>L'approbation éthique</i>	68
3.5.2 <i>Le consentement libre et éclairé</i>	69
3.5.3 <i>La confidentialité</i>	70
Conclusion.....	71
Références	72

CHAPITRE 4

LA COLLECTE DE DONNÉES PAR ENTRETIEN..... 73

4.1 L'entretien et ses différents usages	75
4.1.1 <i>L'entretien : à quoi ça sert?</i>	75
4.1.2 <i>Différents types d'entretiens</i>	77

4.2	Le secret d'un bon entretien : se préparer, mais pas trop.....	78
4.2.1	<i>Le déroulement de l'entretien.....</i>	79
4.2.2	<i>Développer son guide d'entretien.....</i>	81
4.3	La conduite d'un entretien	84
4.3.1	<i>Principes de la conduite d'un bon entretien</i>	84
4.3.2	<i>Premiers contacts.....</i>	86
4.3.3	<i>La phrase d'entame.....</i>	87
4.3.4	<i>Les relances</i>	88
4.3.5	<i>Conclure l'entretien</i>	89
4.3.6	<i>Entretien terminé : on fait quoi?.....</i>	91
	Conclusion.....	92
	Références	92
	Annexe 4.1	93

CHAPITRE 5

LA COLLECTE DE DONNÉES PAR OBSERVATION 95

5.1	Introduction à l'observation	98
5.1.1	<i>L'observation : à quoi ça sert?.....</i>	98
5.1.2	<i>Avantages et inconvénients de l'observation par rapport aux entretiens.....</i>	99
5.1.3	<i>Différents types d'observations et leur utilisation</i>	100
5.1.4	<i>Avantages et inconvénients des différentes formes d'observation</i>	102
5.2	Observer, mais observer quoi et comment?	104
5.2.1	<i>L'observation, un art qui se développe</i>	104
5.2.2	<i>Préparer son observation</i>	105
5.2.3	<i>Observer oui, mais observer quoi?</i>	105
5.2.4	<i>Le journal de bord, un outil essentiel</i>	107
5.2.5	<i>Au-delà du journal de bord.....</i>	109

5.3 L'observation : un processus itératif	110
5.3.1 <i>Le processus, garant de la plausibilité des interprétations</i>	110
5.3.2 <i>Le rôle d'un ou d'une partenaire de recherche</i>	112
5.3.3 <i>Vers de possibles conclusions? L'aboutissement du processus</i>	112
Conclusion.....	113
Références	114
Annexe 5.1	114

CHAPITRE 6

ANALYSE ET INTERPRÉTATION DES DONNÉES QUALITATIVES..... 117

6.1 L'articulation du travail d'analyse à différents niveaux.....	118
6.1.1 <i>L'unité d'analyse : la base de toute comparaison</i>	118
6.1.2 <i>Une nuance importante : unité d'analyse vs unité de codage</i>	120
6.2 Structurer ses données : la grille d'analyse.....	122
6.2.1 <i>Différentes approches pour définir les bases du travail de codage</i>	122
6.2.2 <i>Un outil essentiel : la grille de codage</i>	123
6.3 Analyser les données brutes : le codage	126
6.3.1 <i>Un processus itératif</i>	126
6.3.2 <i>Différentes façons d'articuler l'arrimage entre concepts et codes</i>	127
6.3.3 <i>Les outils du codage</i>	129
6.3.4 <i>Une stratégie utile pour renforcer l'analyse : l'intercodage</i>	130
6.4 Analyser les liens entre les concepts : l'interprétation	133
6.5 Présenter les résultats : l'écriture	137
Conclusion.....	138
Références	139

CHAPITRE 7

LA VALIDITÉ D'UNE ÉTUDE QUALITATIVE..... 141

7.1	Enjeux de validité avant la collecte et l'analyse.....	145
7.1.1	<i>Justifier la méthode de collecte de données</i>	145
7.1.2	<i>Pouvoir défendre le choix du terrain</i>	145
7.1.3	<i>De l'importance de faire des tests pilotes</i>	146
7.2	Enjeux de validité pendant la collecte de données.....	147
7.2.1	<i>L'utilité de rester aux aguets</i>	147
7.2.2	<i>De l'importance de faire des pauses</i>	148
7.2.3	<i>Mobiliser la grille d'entretien/d'observation comme un guide</i>	149
7.3	Enjeux de validité durant l'analyse.....	149
7.3.1	<i>La fiabilité de l'intercodage n'est pas une garantie de validité</i>	150
7.3.2	<i>Quelques précisions sur les indices de fiabilité</i>	151
7.4	Enjeux de validité après l'analyse	151
7.4.1	<i>La transparence : bien expliquer ce que l'on a fait</i>	151
7.4.2	<i>« Vingt fois sur le métier, remettez votre ouvrage »</i> ...	152
7.4.3	<i>L'utilité des premiers lecteurs</i>	153
	Conclusion.....	153
	Références	154

CHAPITRE 8

LA COLLECTE DE DONNÉES

PAR QUESTIONNAIRE 157

8.1	Comprendre la nature du questionnaire	159
8.1.1	<i>Un exemple pour bien mettre la table</i>	159
8.1.2	<i>Un outil hautement standardisé</i>	160
8.1.3	<i>Des choix de design interreliés</i>	161
8.2	Rédiger des questions	163

8.3 Identifier les types de questions et poser des questions adéquates	164
8.3.1 <i>Des questions directes pour des faits simples</i>	164
8.3.2 <i>Les questions pour des concepts perceptuels</i>	166
8.3.3 <i>Les matrices de questions et la notion de mesure réflexive</i>	167
8.3.4 <i>La notion de mesure formative</i>	168
8.4 Trois contre-intuitions sur les questions à ancrage.....	171
8.4.1 <i>Les échelles bidirectionnelles</i>	171
8.4.2 <i>Les questions portant sur le niveau d'accord</i>	173
8.4.3 <i>Les items inversés</i>	174
8.5 Choisir les ancrages	175
8.5.1 <i>Combien d'ancrages?</i>	175
8.5.2 <i>L'épineux dilemme du point médian</i>	176
8.5.3 <i>Offrir ou pas l'option « pas d'opinion »/« je ne sais pas »</i>	177
8.6 Défi méthodologique : poser les bonnes questions	177
8.7 Quelques trucs du métier pour monter un questionnaire	178
8.7.1 <i>En ligne ou sur papier?</i>	178
8.7.2 <i>Un nombre raisonnable de questions</i>	180
8.7.3 <i>Un questionnaire, ce n'est pas qu'une liste de questions</i>	180
8.7.4 <i>Prévenir la fatigue des participants</i>	181
8.7.5 <i>S'assurer que les participants répondent correctement.</i> 182	
8.7.6 <i>Pourquoi et comment prétester un questionnaire</i>	182
Conclusion.....	183
Références	184
Annexe 8.1 – Illustration.....	184

CHAPITRE 9	
LA COLLECTE DE DONNÉES PAR	
L'EXPÉRIMENTATION.....	189
9.1 La démarche expérimentale	191
9.1.1 <i>Un exemple pour bien mettre la table</i>	191
9.1.2 <i>Les avantages et objectifs de l'expérimentation : déterminer la causalité.....</i>	193
9.2 Que peut-on manipuler?.....	194
9.2.1 <i>Manipuler le contenu de l'information donnée à l'écrit.....</i>	194
9.2.2 <i>Manipuler l'information donnée sous forme photo, audio, vidéo, etc.</i>	196
9.2.3 <i>Manipuler les consignes, conditions et autres rétroactions à une tâche</i>	197
9.2.4 <i>Manipuler des interventions ciblées.....</i>	198
9.2.5 <i>Autres formes possibles de manipulations.....</i>	199
9.3 Principes de design	200
9.3.1 <i>Choisir quoi manipuler et comment : un défi de validité</i>	200
9.3.2 <i>Mesurer un effet</i>	201
9.3.3 <i>Comparaison entre groupes : l'importance de l'assignation au hasard.....</i>	204
9.3.4 <i>Comparaison intra-individu : l'importance des effets d'ordre.....</i>	205
9.3.5 <i>Les designs test-contrôle.....</i>	207
9.3.6 <i>Combien de niveaux de manipulation/variations?....</i>	208
9.3.7 <i>Importance des variables démographiques et de contrôle.....</i>	209
9.3.8 <i>Importance de vérifier l'effet des manipulations</i>	210
Conclusion	210
Références	214
Annexe 9.1	215

CHAPITRE 10	
LA VALIDITÉ D'UNE ÉTUDE QUANTITATIVE	219
10.1 La validité : une considération essentielle à toutes les étapes d'un projet de recherche quantitatif	221
10.2 Enjeux de validité lors du design initial de la recherche.....	223
10.2.1 <i>Alignement du modèle avec ce qu'on sait du phénomène.....</i>	223
10.2.2 <i>Justifier la méthode de collecte de données</i>	224
10.2.3 <i>Des participants (ou bases de données) représentatifs</i>	226
10.3 Enjeux de validité avant la collecte et l'analyse.....	226
10.3.1 <i>Choix et formulation des outils de mesure et manipulations.....</i>	226
10.3.2 <i>Vérifier que les participants sont bien qui ils sont censés être.....</i>	228
10.3.3 <i>Insérer des outils pour mesurer l'attention des participants</i>	230
10.3.4 <i>Valider l'effet des manipulations expérimentales.....</i>	233
10.3.5 <i>De l'importance de faire des tests pilotes</i>	235
10.3.6 <i>Valider le bon enregistrement des données</i>	237
10.4 Enjeux de validité pendant la collecte de données.....	239
10.5 Enjeux de validité après la collecte	239
10.5.1 <i>Vérifier les statistiques descriptives des variables</i>	239
10.5.2 <i>Valider les participants.....</i>	240
10.5.3 <i>Vérifier les marqueurs de qualité des réponses.....</i>	241
10.5.4 <i>Valider les données tirées de manipulations expérimentales.....</i>	243
10.5.5 <i>Quoi faire avec les données manquantes</i>	246
10.5.6 <i>Formulation des mesures réflexives tirées de matrices multi-items.....</i>	247
10.5.7 <i>Qu'en est-il des mesures formatives?.....</i>	250

Conclusion : de l'importance d'être systématique, rigoureux et transparent	250
Références	251
Annexe 10.1 – Valider les participants	253
Annexe 10.2 – Présenter le processus de validation des données	254
CHAPITRE 11	
ANALYSE DES DONNÉES QUANTITATIVES.....	255
11.1 Préparer son analyse	256
11.1.1 <i>Commencer par le début.....</i>	256
11.1.2 <i>S'interroger : quel type de données quantitatives doit-on analyser?.....</i>	257
11.1.3 <i>Obtenir des données propres et analysables.....</i>	261
11.2 Faire parler les données.....	262
11.2.1 <i>Commencer par le descriptif.....</i>	262
11.2.2 <i>Comparer des groupes</i>	263
11.2.3 <i>Examiner la relation entre deux variables continues</i>	267
11.2.4 <i>Examiner des formes de relations plus complexes : la modération.....</i>	271
11.2.5 <i>Que fait-on quand la variable dépendante que l'on cherche à expliquer est une catégorie binaire : techniques de régression logistiques</i>	273
11.3 Interpréter des résultats statistiques	274
11.3.1 <i>La fameuse valeur p.....</i>	274
11.3.2 <i>Au-delà des chiffres.....</i>	276
Conclusion.....	277
Références	280
Annexe 11.1	281
Annexe 11.2.....	284
CONCLUSION.....	289