

Branches complémentaires - Bachelor - Semestre d'automne 2018

# MÉTHODES EMPIRIQUES DES SCIENCES SOCIALES

FLORENCE CAUHÉPÉ



Cours no 8 du 7 novembre 2018

# **DERNIÈRES INSTRUMENTATIONS; LES ENTRETIENS INDIVIDUELS ET DE GROUPE**

- Introduction
- **I. Le choix de l'entretien**
  - 1. Les fondements de cette technique
  - 2. Présupposés sur les données recueillies
- **II. Les entretiens individuels**
  - 1. Conduite des entretiens; les principes fondamentaux
  - 2. Entretien non directif
  - 3. Entretien semi-directif ou guidé
  - 4. Orientation de l'entretien en fonction de l'objectif de recherche
  - 5. Les techniques de commentaires provoqués
  - 6. Les techniques projectives
  - 7. Fiche de synthèse d'entretien et de questions de synthèse
  - 8. Les biais possibles
  - 9. Règles de déontologie
- **III. Les entretiens de groupes**
  - 1. Règles préalables
  - 2. Types de groupes
  - 3. Les techniques projectives en groupe
  - 4. Groupes on-line
  - 5. Difficultés et biais
- **IV. Traiter le matériel, le coder** (vers l'analyse logico-sémantique ou par catégories)
- Conclusion
- **V. Partie pratique**

# Introduction

- Avec ces outils de collecte, on cherche **une compréhension riche et nuancée des situations**
- Ce mode de collecte qu'est l'entretien est le fait de recueillir des données essentiellement verbales et consiste à rassembler, de manière ordonnée, ce que disent les personnes, appartenant à une certaine population, sur un sujet particulier

# I. Le choix de l'entretien

- On préférera les groupes,  
lorsqu'on voudra approfondir l'univers ou l'imaginaire d'une marque, observer des consensus ou des désaccords, examiner des interactions, balayer rapidement un sujet
  
- On préférera les entretiens individuels,  
lorsqu'on voudra analyser en profondeur des phénomènes, identifier minutieusement des pratiques, des comportements...

# 1. Les fondements de cette instrumentation

- L'apport spécifique de l'entretien
  - ✓ Pour cerner les pratiques
  - ✓ Pour l'étude des représentations
- Un rapport verbal entre le chercheur et la personne interrogée
- Un entretien provoqué par le chercheur

## 2. Présupposés sur les données recueillies

- L'échantillon est choisi par son adéquation avec l'objet d'étude (échantillon typique =exemplaire ou par quotas)
- Dans l'entretien, l'information est récoltée sous forme de notes manuscrites (ou tapées sur informatique) ou enregistrées



## II. Les entretiens individuels

- Une situation d'interaction particulière
- Une situation professionnelle
- Un processus de communication



# 1. Les trois principes fondamentaux de l'entretien sociologique

- La non directivité, du psychologue américain Carl Rogers (1902-1987)
- L'écoute active
- L'empathie

## 2. L'entretien non directif

- L'écoute active / empathique s'interdit toute intervention sur le fond et propose une attitude de soutien sur la forme par:
  - le silence
  - la reformulation
  - la synthèse

# 3. L'entretien semi-directif ou entretien guidé

- L'entretien semi-directif se définit comme un ensemble de questions dont les réponses seront approfondies à l'aide des techniques non directives
- On établit un guide d'entretien (cf. Exemple de la brochure p. 23)
  - Le guide se constitue en «entonnoir», allant du général au particulier
- Vers l'entretien directif

# 4. Orientation de l'entretien en fonction de l'objectif de la recherche

Entretien de recherche	Non directif	Semi-directif	Directif
Exploration	X		
Approfondissement	X	X	
Vérification		X	X

# 5. Les techniques de commentaires provoqués

- Le chercheur présente au répondant (aussi valable pour un groupe), un cas, une situation problématique qui appelle un commentaire de leur part
- On prépare un matériel «starter», qui peut être des coupures de journaux, des photos, un objet...

# 6. Les techniques projectives

- Des techniques projectives nombreuses et variées
- La projection est une expression de la subjectivité et de l'imaginaire
- Cet imaginaire n'est pas informe, il est structuré par des habitudes, des valeurs, des orientations, des goûts qui révèlent la personnalité profonde ou ses composantes cachées

# Pour des entretiens projectifs en marketing

- Le matériel qui va servir à l'exercice doit être flou, informe, puisqu'il s'agit de lui inventer une forme ou une signification subjective
- Le matériel ou le stimuli est choisi de manière à obliger l'interviewé à penser autrement, à se décaler par rapport à un raisonnement rationnel et habituel
- L'association d'idées est le plus ancien et le plus simple des exercices projectifs (Jung)

Exemple :

- les portraits chinois

# 7. Fiche de synthèse d'entretien

- Une fiche de synthèse d'entretien vise à résumer les informations principales
- L'enquêteur revoit ses notes de terrain et consigne brièvement les thèmes et les questions qui sont apparus pour aboutir à une récapitulation globale, où figurent les éléments principaux de l'entretien ou du contact
- Cf. p. 30 de la brochure



## 8. Les biais possibles

- L'enquêteur peut influencer les réponses en raison de ses caractéristiques physiques ou personnelles, visibles ou perçues par l'interviewé
- Il y a des influences inconscientes; c'est «l'effet de modelage»
- Les biais verbaux
- «L'illusion de la transparence»

# 9. Règles de déontologie et lancement de l'entretien

- Pour éviter certains biais, il est nécessaire de passer «un contrat» avec la personne interrogée et d'évoquer les aspects de déontologie professionnelle qui contribue à rassurer l'interviewé sur le respect de l'anonymat, la confidentialité, la liberté de répondre sans jugement de la part de l'enquêteur etc...
- Pour démarrer l'entretien, la question de départ peut être très large, à la périphérie du thème de recherche ou alors centrée sur le thème de l'étude

# III. Les entretiens de groupe

- Une dynamique à favoriser (Kurt Lewin)
- L'énergie collective libère l'expression des sentiments collectifs, libère les blocages et favorise la créativité

# 1. Règles préalables

- Constitution d'un groupe homogène
- L'animation
- Le contrat de communication ou contrat de parole
- La présentation des participants et des techniques (le plan d'animation):
  - Travail individuel / tours de tables / travail par groupe / travail collectif / techniques projectives

## 2. Plusieurs types de groupes

- Le «focus groupe» centré ou table ronde
- Le groupe semi-directif (groupe de discussion)
- Le groupe projectif
- Les groupes de créativité

# 3. Les techniques projectives en groupe

- Les techniques associatives (associer)

Ex : E. de Kircher et A. Silvana de Rosa 1998

«Analyse de l'effet des messages publicitaires grâce aux réseaux d'associations», Recherche et Applications en Marketing, 13,1

- Les techniques analogiques (comparer)

- Les techniques oniriques (imaginer)

➤ Fiche Moodle

## 4. Groupes on-line

- Les groupes on-line réunissent, autour d'un animateur, 6 à 10 internautes simultanément dans un salon virtuel (chat room) pendant 1h30
- Plusieurs inconvénients et sources de biais

# 5. Difficultés, biais, leadership

- On risque de se laisser embarquer par le groupe
- Ou au contraire de se retrouver face à un groupe apathique, peu motivé



## IV. Traiter, condenser le matériel, c'est le coder

- Coder, c'est préparer les données pour l'analyse et **faire des catégories (analyse logique et sémantique; cf cours no 11)**
- Le codage oriente déjà le recueil de données
  - ex. p.24-25 de la brochure
- L'organisation du codage comprend trois phases:
  - le découpage; choix des unités
  - la classification et l'agrégation; choix des catégories
  - l'énumération; choix des règles de comptage

# Conclusion

- Les entretiens non directifs sont surtout utilisés pour des études exploratoires ou pour des recherches en profondeur sur les motivations, les freins, les représentations...
- Les entretiens semi-directifs sont utilisés en sciences de gestion, en management, en marketing, pour les bilans, les études de marque et de produit, la prise de décision..., la recherche étant recentrée sur des thèmes (concepts) ou des hypothèses
- Les groupes sont plus utilisés dans les études ou recherches en marketing, dans la phase de test de produit, en complément d'entretiens individuels, car ils favorisent la créativité grâce aux interactions

# V. Partie pratique

## Exercice no 1

- Elaborez un guide d'entretien pour une recherche sur le chômage
- Préparez un certain nombre de thèmes-concepts (3 ou 4) et deux questions d'inspiration semi-directive par thèmes
- Rédigez une question introductive
- Obtenez des renseignements sur les déterminants sociaux

# Guide d'entretien possible; inspiré de Luc Albarello, 1995, Pratiques et Méthodes de recherche en SC. SO., Coll Coursus, Amand Colin

Thèmes	Question 1	Question 2,3,4...
1. Situation actuelle du répondant	Quartier et type de résidence ?	Type de situation, circonstances ?
2. Mode d'organisation	Organisation des journées ?	Activités ? Problèmes d'argent ? Relations familiales et amicales ? Relations d'aide...
3. Comment est vécue la situation de non-travail	Découverte du non-travail Significations ? Comportements et réactions ?	Gestion du non-travail ? (démarches entreprises, assurance chômage, bureaux de placement, ORP, recherche d'emplois...)
4. Histoire scolaire	Expériences scolaires ? Diplômes obtenus ?	Formation espérée et obtenue ?
5. Parcours professionnel	Dernier travail ? Nature de l'entreprise/organisme employeur	Historique des différents emplois ? Emploi souhaité et emploi obtenu ?
6. L'avenir	Comment envisagez-vous l'avenir ?	Représentations et émotions ?

# Exercice no 2, Brochure p.52-53

- Dans une recherche sur la musique, lors d'un entretien semi-directif, on a posé la question ouverte suivante :
  - «A quoi vous fait penser le mot MUSIQUE ?»
- Pour traiter ces réponses, proposez une façon de les classer et de les coder, à l'aide de grandes catégories (vers l'analyse logico-sémantique ou par catégories = par thèmes)

# Plan de codage général

- Le plan de codage indique les grands domaines / catégories de phénomènes dans lesquels les codes vont être conçus
- Actes / Activités / Significations / Relations / Milieux / Individus / Conséquences / Interactions entre les acteurs...

# Proposition pour l'exercice no 2: plan de codage

Les grandes catégories:

- Les genres - GEN
- Les instruments - INST
- La technique - TECH
- Les apprentissages - APP
- Les domaines rattachés - DR

# Autre plan de codage plus fin

## ■ 1. Descriptions, contenus et techniques-DCT

1.1 Apprentissages

1.2 Instruments

1.3 Genres et œuvres

1.4 Lieux d'écoute et institutions

1.5 Les musiciens

1.6 Matériel de reproduction ou d'écoute

## ■ 2. Domaines rattachés-DR

2.1 Voix, chant

2.2 Rapport au corps

2.3 Communication

2.4 Son, bruit

## ■ 3. Sentiments et sensations-SS

3.1 Registre positif

3.2 Registre mystique

3.3 Expression négative

3.4 Comparaison avec la nature

## ■ 4. Divers / Autres- DIV