

Internationale de l'Éducation

De la recherche au plaidoyer

Guide pour la planification, la réalisation et la diffusion efficaces d'une recherche

Version 1 (novembre 2016)



Education International
Internationale de l'Éducation
Internacional de la Educación

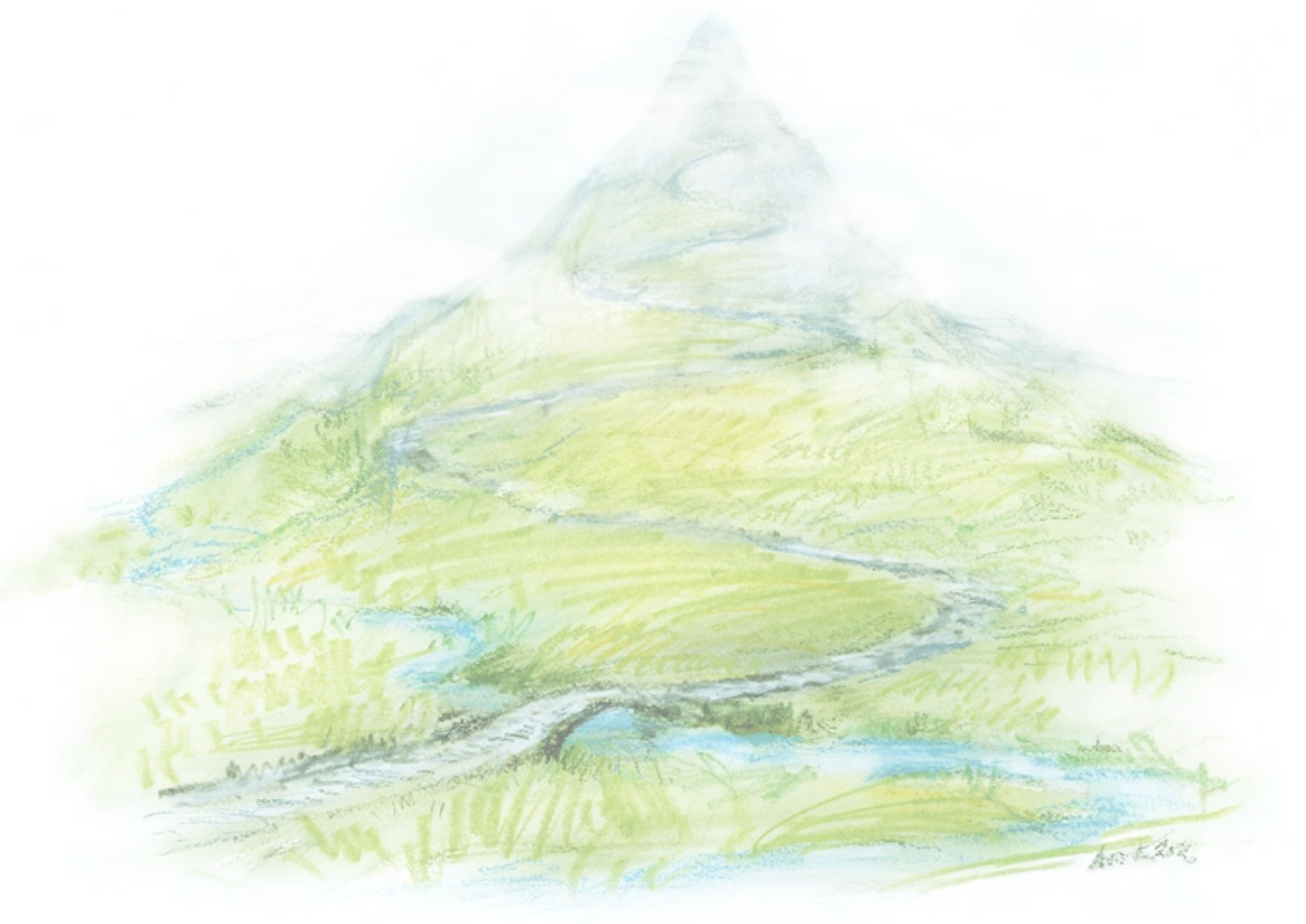


Table des matières

<u>De la recherche au plaidoyer</u>			
– <u>Introduction au guide</u>	1		
A qui cette boîte à outils est-elle destinée?	1		
Que contient la boîte à outils?	1		
Comment utiliser la boîte à outils?	1		
<u>1 Premières étapes : Lignes directrices et préparation de la recherche</u>	3		
1.1 Identifier un sujet de recherche: quoi, pourquoi, qui?	3		
Que voulons-nous savoir?	3		
Pourquoi voulons-nous le savoir?	3		
1.2 De quoi d'autre faut-il tenir compte: de l'idée au plaidoyer	4		
<u>2 Comparaison de vos résultats avec les normes et recommandations nationales et internationales ainsi qu'avec les déclarations des droits humains</u>	7		
<u>3 Conduite d'une recherche transversale et sexospécifique</u>	8		
<u>4 Conduite d'une recherche documentaire</u>	11		
4.1 Sources générales sur les publications relatives à l'éducation (gratuites et publiquement accessibles)	11		
4.2 Sources spécifiques aux thèmes intéressant l'IE	12		
<u>5 Collecte des données</u>	13		
5.1 Données quantitatives	14		
A. Conception et réalisation de l'enquête	14		
B. Taux de réponse: en quoi affecte-t-il la validité des résultats?	18		
5.2 Données qualitatives	19		
A. Pourquoi utiliser ou ne pas utiliser des méthodes qualitatives?	19		
B. Méthodes de recherche qualitative	20		
C. Méthodes de collecte de données qualitatives	20		
5.3 Echantillonnage	24		
A. Echantillon non aléatoire	24		
B. Echantillonnage aléatoire	24		
5.4 Formation d'assistant(e)s de recherche	25		
<u>6 Analyse des données</u>	26		
6.1 Données qualitatives	26		
6.2 Données quantitatives	28		
6.3 Fiabilité et validité	32		
<u>7 Ethique de la recherche</u>	33		
7.1 Consentement éclairé	33		
7.2 Anonymat	34		
7.3 Ne pas porter préjudice	34		
7.4 Participation	34		
<u>8 Rédaction de rapports</u>	35		
8.1 Différent chapitres	35		
8.2 Citations	37		
8.3 Annexes	37		
8.4 Aide supplémentaire	38		
<u>9 Stratégie de communication</u>	39		
<u>ANNEXE 1</u>	41		
<u>ANNEXE 2</u>	42		



De la recherche au plaidoyer – Introduction au guide

Pour de nombreux syndicats de l'éducation, la recherche joue un rôle capital dans le renforcement et l'orientation de leur travail de plaidoyer ainsi que dans l'identification des priorités de leurs membres. Les syndicats soulignent fréquemment la contribution majeure de la recherche aux activités de leur organisation en ce qu'elle **fait entendre la voix de la profession enseignante et constitue une base solide de données factuelles** pour contester les connaissances hégémoniques et dominantes des grands groupes de réflexion, des entreprises privées d'enseignement, des organisations philanthropiques et des organisations internationales.

Quelques syndicats membres de l'IE ont créé des unités de recherche ou disposent de personnel chargé de l'élaboration des politiques qui effectue des travaux de recherche. Certains coopèrent avec des instituts de recherche ou des universités et commandent des études, tandis que d'autres n'ont pas encore inclus les travaux de recherche dans les stratégies de plaidoyer de leur syndicat. La situation varie fortement en raison des limitations en termes de temps et de financement.

A qui cette boîte à outils est-elle destinée?

Cette boîte à outils s'adresse aux **syndicats de l'éducation** qui envisagent de mener leur propre recherche et à ceux qui ont l'intention de commander des recherches. Par ailleurs, les informations contenues dans ce guide offrent au lecteur une bonne base pour discuter d'un projet de recherche avec un universitaire, surtout s'il ne connaît pas bien le contexte syndical.

Que contient la boîte à outils?

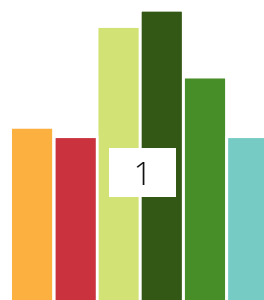
La boîte à outils fournit **des explications sur la préparation, la conduite et la diffusion d'une recherche**. Le premier chapitre contient des orientations importantes sur les questions suivantes: comment identifier et définir un sujet de recherche, où trouver les recherches existantes et quels sont les autres éléments à prendre en compte au début du processus de recherche. Les chapitres suivants présentent des informations sur la collecte et l'analyse de données pour différentes méthodes qualitatives (entretiens, observations de terrain, études de cas, par exemple) et quantitatives (comme les enquêtes). Les deux derniers chapitres expliquent comment rédiger efficacement un rapport de recherche et ce qui doit être pris en considération lors de l'élaboration d'une stratégie de communication et de diffusion du rapport final.

Comment utiliser la boîte à outils?

Pour mener à terme votre propre projet de recherche, nous vous recommandons de suivre les lignes directrices de recherche exposées au chapitre 1, y compris la préparation d'un appel à propositions (RFP, acronyme anglais). Dans les chapitres suivants, vous trouverez des indications plus détaillées sur la manière de définir la finalité, les objectifs et la méthodologie du RFP et/ou la manière de conduire votre recherche vous-même.

Il est à noter que **cette boîte à outils ne fait qu'introduire** les sujets susmentionnés et que nous vous recommandons fortement de lire d'autres publications sur les méthodes ou théories spécifiques que vous envisagez de suivre dans votre projet. Chaque section contient quelques astuces indiquant où chercher des informations plus fouillées sur chaque sujet. En outre, dans l'annexe et sur la clé USB distribuée lors de la conférence ResNet Africa, vous trouverez d'autres exemples d'outils de recherche et de recherches efficaces menées par d'autres syndicats.

Ce document est évolutif et doit être adapté à chaque contexte. Nous allons l'améliorer au fil du temps en y incorporant les retours d'information venant des syndicats et du monde académique. Nous espérons que vous le trouverez utile !





1 Premières étapes : Lignes directrices et préparation de la recherche

1.1 Identifier un sujet de recherche: quoi, pourquoi, qui?

Lorsque l'on démarre un projet de recherche, la première étape doit consister à se poser trois questions fondamentales:

1. Que voulons-nous savoir?

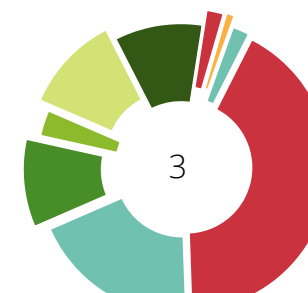
Votre sujet de recherche peut être déterminé par les membres ou par la direction de votre syndicat (par ex., des politiques spécifiques énumérant des projets de recherche précis) ou vous et vos collègues pouvez avoir décidé qu'une recherche sur un sujet spécifique est nécessaire pour étayer vos activités de plaidoyer. Réfléchissez à la question de savoir en quoi votre recherche apportera quelque chose de nouveau (par ex., faire entendre la voix de la profession enseignante), remettra en cause des données factuelles existantes (par ex., Banque mondiale, gouvernements) ou comblera une lacune dans les connaissances actuelles sur le sujet. Avant de décider du sujet de la recherche, analysez rapidement l'environnement afin de savoir qui (y compris d'autres syndicats de l'éducation, des organisations nationales et internationales, des fédérations syndicales) a fait ou fait quoi sur le sujet qui vous intéresse.

2. Pourquoi voulons-nous le savoir?

La plupart des syndicats se concentrent sur des sujets qui peuvent les aider à faire avancer la politique d'éducation et, par exemple: **a)** mettent en lumière des questions en rapport avec l'emploi (conditions de travail, conditions d'emploi, qualifications, salaires ou droits du travail); **b)** étudient des questions relatives à une éducation de qualité en tant que droit humain et des questions de justice sociale (éducation inclusive, privatisation de l'éducation, éducation à la paix, éducation des réfugié(e)s ou inégalité entre les hommes et les femmes dans l'éducation); **c)** s'intéressent au financement de l'éducation; ou **d)** portent sur le rôle des syndicats et sur les droits syndicaux. Les réponses plus spécifiques à ces sujets devraient clairement avoir un lien avec la question 3 ci-dessous. Ceci garantira que votre recherche poursuit un objectif concret.

3. Qui devons-vous cibler?

Comment allez-vous faire connaître vos conclusions? Votre recherche va-t-elle servir à des actions de plaidoyer? Comment? Le public ciblé et la fonction de la recherche (par ex., influencer les gouvernements ou recenser les priorités des membres) affecteront de nombreuses décisions prises au cours des premières phases de la recherche et influenceront la forme qui conviendra le mieux pour le ou les produit(s) final(aux) (article, rapport, livre, exposition ou infographie).



1.2 De quoi d'autre faut-il tenir compte: de l'idée au plaidoyer

Dès que vous avez arrêté votre choix sur le sujet qui vous intéresse, il convient de tenir compte de divers éléments depuis la préparation de la recherche jusqu'à la publication finale et l'utilisation à des fins de plaidoyer.

Politique syndicale:

Vérifiez une nouvelle fois que le sujet de votre recherche est **conforme aux politiques et stratégies de votre syndicat**. Si vous travaillez avec un(e) chercheur/euse, assurez-vous de partager ces informations (par ex., les documents stratégiques) avec lui/elle.

Consultations:

Dès le début et tout au long de la préparation, **consultez les personnes intéressées et pertinentes au sein de votre organisation** (par ex., le personnel chargé des politiques, la direction) et **des partenaires extérieurs** (par ex., des contacts de recherche ou des alliés possédant des connaissances en la matière). Faites également participer votre **unité communications/médias** dès le début du projet, afin qu'elle soit informée et puisse commencer à élaborer les stratégies pour les médias (voir le chapitre 9).

La consultation doit porter sur le **contenu**, mais aussi sur la question de savoir à quoi va servir la recherche et si elle peut être utile à un **événement politique stratégique**.

Partenariats:

La recherche ne doit pas être menée de manière isolée. Envisagez la possibilité de constituer des partenariats avec d'autres organisations, comme des groupes de réflexion, des universités ou

Budget:

d'autres syndicats de l'éducation. Une collaboration avec d'autres organisations peut présenter des **inconconvénients**, comme le fait de devoir faire des **compromis sur les priorités**, de devoir composer avec certaines **restrictions** que d'autres peuvent avoir en raison des fonds alloués, ou de devoir **partager les droits sur la recherche**. Cependant, une collaboration peut également avoir des **avantages**: les partenaires peuvent apporter leur **expertise**, un **soutien** à la recherche (en fournissant des assistants de recherche, par ex.), des **compétences analytiques**, voire contribuer à lever des **fonds**.

Vérifiez le budget disponible. S'il n'y en a pas, demandez-vous s'il existe des fondations, des fonds publics, etc., que vous pourriez solliciter. Si vous recherchez un **financement extérieur, veillez à vous assurer que vous êtes d'accord avec l'approche des bailleurs de fonds potentiels vis-à-vis de votre sujet de recherche** et vérifiez s'il existe des restrictions dont vous devriez tenir compte. Vous pouvez également tenter de contacter une université et voir si elle serait prête à réaliser ou à soutenir votre recherche.

Portée et étendue:

Définissez la **portée** (par ex., accent mis sur l'enseignement primaire ou secondaire ou les deux) et l'**étendue** (par exemple, combien d'enseignant(e) s et d'écoles vous allez inclure) **de votre recherche**. Votre décision sera influencée par le type de recherche (par ex., qualitative – voir la section 5.2 – ou quantitative – voir la section 5.1), par ce que vous voulez en faire (par ex., une grande enquête d'opinion pour des campagnes plus vastes, la sensibilisation d'un groupe d'enseignant(e)s/de personnel de soutien à l'éducation (PSE) spécifique dans une situation précise) et/ou par le budget disponible.

Un appel à propositions (RPF)

Un appel à propositions (RPF) (voir le modèle à l'annexe 2) est **l'élément sur la base duquel les chercheurs/euses élaboreront une proposition/ note conceptuelle**. Ceci permettra de **choisir la personne idoine pour réaliser le travail** pour vous. Par conséquent, plus les spécifications sont précises, mieux c'est. Il est toutefois également possible de rédiger un RFP pour des projets de recherche internes afin de disposer d'une compréhension commune et précise de la recherche et d'être en mesure de s'y référer pour vérifier que la recherche suit la bonne direction.

Le RFP (voir le modèle à l'annexe 2) peut inclure les éléments suivants: définition de l'objet; importance de la recherche, contexte, politique syndicale sur le thème de la recherche ou, si la recherche s'inscrit dans une campagne plus vaste de votre syndicat, des informations pertinentes sur la campagne; portée/ étendue du travail; calendrier; objectifs généraux (objectifs à long terme comme l'amélioration des conditions de travail); objectifs spécifiques (objectifs à court terme en rapport avec votre recherche, comme une cartographie des conditions de travail des enseignant(e)s du primaire); éléments livrables (rapport d'étape, projet de rapport final, blog à la fin de la recherche, présentation lors d'un événement, par exemple).

Si vous commandez une recherche, précisez que la recherche est demandée sur la base de conditions contractuelles (paiements, incitations) et mentionnez les exigences concernant la préparation de la proposition – nombre de mots, cadre de la recherche (voir la section 8), CV, calendrier (délai de présentation de la proposition, date de la sélection, etc. – et les coordonnées de contact.

Produit final:

Selon le budget, **la finalité de la recherche et le public ciblé**, demandez-vous si vous souhaitez publier le **rapport final en ligne et/ou sur support imprimé**. A titre facultatif, vous pouvez publier le rapport de recherche complet en ligne et préparer des brochures imprimées présentant une version abrégée du rapport, qui peuvent être aisément imprimées, traduites et distribuées. Des infographies¹ peuvent aussi être un outil puissant pour diffuser vos résultats.

Calendrier:

Estimez le temps nécessaire pour mener à bien **tous les éléments du rapport jusqu'à sa publication** (projet, délai pour les retours d'information, rapport final, édition, mise en page, traduction et impression).

Trouver un(e) chercheur/euse:

Lors de la sélection d'un(e) chercheur/euse dans le cadre d'un appel à propositions, **prenez compte de l'égalité des chances** (par ex., la dimension de genre), **de la connaissance du contenu et du niveau académique** (par ex., personnel syndical, professeur(e), doctorant(e)).

Contrats:

Dès que vous avez choisi un(e) chercheur/euse et si vous voulez sous-traiter la recherche, veillez aux points suivants:

- **convenez d'un calendrier de paiement** (par ex., un tiers de la rémunération à la fin du cadre de recherche convenu, un tiers lors de la remise du premier projet de rapport ou du premier rapport d'étape et le dernier tiers à la fin du projet). N'oubliez pas de prévoir des fonds pour l'impression, la traduction et/ou les déplacements, le cas échéant;

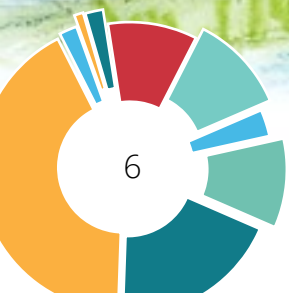
¹ Infographics are representations of information in a graphic format designed to make the data easily understandable at a glance.



Lancement:

- une fois que tous les éléments livrables sont convenus (voir l'appel à propositions), **signez le contrat**;
- **le suivi du contrat doit inclure des rapports d'étape**, qui vous permettent d'évaluer l'état d'avancement ainsi que l'orientation politique de la recherche. Ceci devrait vous permettre de refuser de publier la recherche si elle ne répond pas aux critères définis dans le contrat/cadre de référence;
- en contrôlant l'avancement de la recherche, **formulez toujours des commentaires écrits et oraux**; et
- rédigez des commentaires écrits sur le projet de rapport final et **mettez-vous d'accord sur la version finale**.

Développez la stratégie de communication pour le lancement de la recherche et/ou la manière dont elle servira à des actions de plaidoyer, en incluant des liens avec d'autres projets de votre syndicat. Un événement de lancement peut être une manière efficace de relier le rapport de recherche au travail de plaidoyer (voir le chapitre 9).



2 Comparaison de vos résultats avec les normes et recommandations nationales et internationales ainsi qu'avec les déclarations des droits humains

Lorsque vous choisissez votre projet de recherche, il pourrait être intéressant d'inclure aussi une analyse des normes et politiques nationales y afférentes ainsi que des conventions et des traités internationaux signés par votre gouvernement. Vous pouvez utiliser les conclusions de votre recherche (par ex., la voix du personnel de l'éducation) **pour mettre en évidence les lacunes entre la politique et la pratique et entre les politiques nationales et les politiques et accords internationaux**. Ces conclusions peuvent servir à **convaincre votre gouvernement d'améliorer les politiques et leur mise en œuvre à l'échelle nationale**.

Vous trouverez ci-dessous une liste d'accords internationaux que votre gouvernement pourrait avoir signés ou ratifiés et qui pourraient dès lors être intéressants pour votre travail de plaidoyer. Vous trouverez plus d'informations sur les différents secteurs de l'éducation sur **le site Internet de l'IE** (www.ei-ie.org):

- [Recommandation OIT/UNESCO concernant la condition du personnel enseignant \(1966\)](#) et [recommandation de l'UNESCO concernant la condition du personnel enseignant de l'enseignement supérieur \(1997\)](#)
- [Recommandation de l'UNESCO concernant l'enseignement et la formation techniques et professionnels \(EFTP\)](#)
- [Objectifs de développement durable](#)
- [Traités des NU relatifs aux droits humains](#)

3 Conduite d'une recherche transversale et sexospécifique



Que signifie une approche sexospécifique de la recherche²?

Une approche sexospécifique est une approche qui tient compte du genre comme d'une variable significative de la recherche, étant donné que dans toutes les sociétés humaines, les hommes et les femmes se voient assigner des rôles différents, qui peuvent influencer différemment tous les aspects de leur vie. Les relations de pouvoir entre les hommes et les femmes peuvent fortement affecter la manière dont les hommes et les femmes perçoivent et ressentent les problèmes en rapport avec leur syndicat et avec leur métier d'enseignant(e) ou de PSE, notamment. **Une recherche sexospécifique s'intéresse aux similitudes et aux différences entre les expériences et les points de vue des hommes et des femmes, en accordant à chacun la même valeur.**

Les femmes représentent la moitié de la population mondiale, de sorte que négliger leurs expériences et leurs points de vue conduit à des conclusions erronées ou, à tout le moins, à brosser un tableau incomplet de la situation.

En règle générale, le choix du sujet de recherche, le cadre conceptuel et la méthodologie, le cadre analytique et le langage utilisé dans les articles scientifiques ont tendance à refléter des préjugés sexistes et des valeurs patriarcales.

S'assurer que la recherche est sexospécifique **n'en modifie pas la portée, mais offre**

² Voir Leduc, B. (2009) '[Guidelines for Gender-sensitive Research](#)'

de nouvelles perspectives, soulève de nouvelles questions et fait appel à divers outils d'analyse afin de parvenir à un tableau plus complet de la problématique traitée dans la recherche. En combinant les expériences et points de vue différents des hommes et des femmes, les chercheurs/euses peuvent améliorer notre compréhension de la problématique de recherche. Par conséquent, l'intégration d'une perspective de genre dans une recherche peut en améliorer la pertinence, la couverture et la qualité.

Par ailleurs, **les inégalités entre les genres persistent, qu'il s'agisse de la participation des femmes dans les syndicats de l'éducation** (en particulier, dans les structures de direction des syndicats) ou dans le secteur de l'éducation au sens large (notamment en ce qui concerne l'accès et la participation des filles à l'éducation ou la capacité des enseignantes à être promues).

Outre le fait d'appliquer à la recherche une « optique sexospécifique », il est également devenu très important que les chercheurs/euses étudient les manières dont le genre interagit avec d'autres catégories sociales ou identités, comme l'origine ethnique, la race, le handicap ou la classe sociale, entre autres. Une recherche sur les différences de rémunérations entre les enseignantes et les enseignants en un lieu donné, par exemple, tiendrait également compte de la manière dont

les différences de rémunération peuvent être influencées par l'origine ethnique ou le genre d'un enseignant ou PSE, homme ou femme, issu des peuples indigènes, des Premières nations ou des Aborigènes. La question de la recherche serait donc axée sur l'effet ou l'impact que l'interaction du genre et de l'origine ethnique des enseignant(e)s a sur la différence salariale. Dans son analyse, le/la chercheur/euse accordera donc une attention particulière à la façon dont l'origine ethnique est influencée par le genre et dont le genre est ethnicisé, en traitant les deux catégories comme étant égales et co-constructives. Une approche transversale de la recherche ne se limite pas à considérer le genre comme un élément co-constitutif de l'origine ethnique, ou inversement, mais elle peut être appliquée à un large éventail de catégories sociales.

Vous trouverez ci-après quelques éléments extraits du « *Guide to Gender-sensitive Research Methodology* » [**Guide pour une méthodologie de recherche sexospécifique**] (2013), élaboré par le Forum for African Women Educationalists (FAWE), avec le soutien de l'Agence norvégienne de coopération au développement (NORAD) et disponible en ligne à l'adresse:

http://www.fawe.org/Files/FAWE_Guide_to_Gender_Sensitive_Research.pdf

1. La recherche sur les questions de genre **touche de multiples disciplines** et peut être réalisée en faisant appel à des méthodes de recherche qualitative et/ou quantitative.
2. Les thèmes de recherche sexospécifiques doivent refléter la nécessité de **comprendre le point de vue des hommes et des femmes sur une problématique** (par ex., les conditions de travail) et les questions de recherche doivent être formulées dans un langage respectueux des deux sexes (par ex., comment les salaires et les conditions de travail **des enseignantes et des enseignants/PSE** du secondaire en milieu urbain et en milieu rural évoluent-ils au cours des dix premières années de leur carrière).
3. Dans le cas d'une recherche sexospécifique, **l'analyse de la littérature doit inclure des publications portant sur les différences entre la réalité des hommes et des femmes**, quel qu'en soit le sujet.
4. **Le cadre théorique** d'une recherche sexospécifique devrait non seulement être **susceptible de mettre en lumière la problématique étudiée**, mais il devrait également nous **aider à comprendre les différences entre la vie et les expériences des hommes et des femmes et la raison de ces différences**.
5. Lorsqu'une recherche est sexospécifique, le/la chercheur/euse doit veiller, dans toute la mesure du possible, à composer un échantillon comportant **un nombre égal de participants de chaque genre**. Il importe également que le/la chercheur/euse évite d'utiliser des méthodes d'échantillonnage pouvant exclure non seulement un genre, mais aussi des personnes issues de groupes marginalisés, comme les personnes handicapées, des personnes issues de minorités ethniques ou de groupes religieux, etc.
6. **Des considérations éthiques** s'appliquent tout autant à une recherche sexospécifique qu'à d'autres types de recherche. Cela inclut la nécessité que **les chercheurs/euses restent vigilant(e)s par rapport à leurs propres préjugés et points de vue stéréotypés** et s'efforcent de les minimiser ou de les éliminer.
7. Un(e) chercheur/euse qui s'engage dans une recherche sexospécifique doit **reconnaître la dynamique de pouvoir** que le genre (mais aussi d'autres catégorisations, comme la classe sociale, l'origine ethnique, la religion ou la race) peut créer entre lui/elle et tout(e) participant(e) à la recherche. Très souvent, le/la chercheur/euse occupe une position supérieure dans la hiérarchie du pouvoir que le groupe qu'il/elle étudie.
8. Adopter une approche de recherche sexospécifique signifie également que **les résultats de la recherche sont analysés selon une analyse de genre**. Cette analyse ne se limite pas à une simple comparaison ou mise en évidence des différences entre les expériences et les points de vue des hommes et des femmes. Une analyse de genre implique surtout que **le/la chercheur/euse s'intéressera aux attentes culturelles et sociales évidentes et plus subtiles associées au genre** (à savoir les rôles des hommes et des femmes). En prêtant attention à cet aspect des résultats de la recherche, le/la chercheur/euse doit **prendre en considération la présence d'attentes culturelles liées au genre dans la vie quotidienne et les manières dont elles fondent les structures sociales**. Une analyse de genre aura pour but de découvrir les conséquences *sexospécifiques* de politiques et de pratiques qui paraissent neutres (au sein du syndicat ou dans le secteur de l'éducation, par exemple). En d'autres termes, elle recense les conséquences de politiques et de pratiques qui sont présentées comme neutres, alors que nous savons que les hommes et les femmes occupent des positions différentes (et souvent très inégales).

4 Conduite d'une recherche documentaire

Vous trouverez ci-dessous des informations sur la manière de mener une recherche sur des thèmes spécifiques (comme les conditions de travail ou la privatisation de l'éducation) en utilisant les moteurs de recherche mentionnés. La plupart des liens donnent accès à des bases

de données de recherche en anglais. Dans la mesure du possible, nous avons également joint des exemples en français. Si vous avez de bons exemples en français, veuillez nous les communiquer.

4.1 Sources générales sur les publications relatives à l'éducation (gratuites et publiquement accessibles)

La plupart des moteurs de recherche et des bases de données de recherche mentionnés dans cette section peuvent vous aider à vous faire une idée des recherches existantes sur un sujet donné. Cependant, vous n'aurez généralement (mais pas toujours) accès qu'à un résumé et non à l'ensemble du rapport de recherche.

Nous avons sélectionné quelques exemples sur les trois pages Internet suivantes et mentionné ceux que nous avons jugés les plus utiles:

- 1) <http://www.educatorstechnology.com/2013/02/12-fabulous-academic-search-engines.html> ;
- 2) <http://www.onlineuniversities.com/blog/2012/07/100-time-saving-search-engines-serious-scholars-revised/>;
- 3) https://en.wikipedia.org/wiki/Directory_of_Open_Access_Journals

Academia.edu

(www.academia.edu): Academia.edu est une plateforme de partage de documents de recherche destinée aux universitaires. Nous vous conseillons de vous inscrire sur cette plateforme gratuite en tant que chercheur/euse indépendant(e) pour avoir plein accès à une large palette de recherches.

Google Scholar

(<http://scholar.google.com>): Google Scholar est un moteur de recherche universitaire gratuit qui répertorie des informations académiques provenant de différentes ressources en ligne.

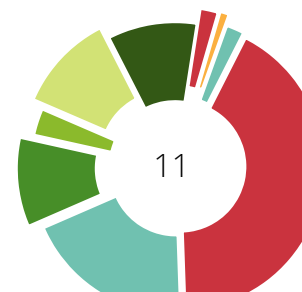
Google Books

(<https://books.google.com/?hl=en>): Google Books est un moteur de recherche pour les publications académiques et vous aurez parfois accès à l'ensemble de la publication ou à des extraits de celle-ci.

Pour les options de recherche avancées, suivez le lien: https://www.google.com/advanced_search

ERIC

ou Education Resources Information Center (<http://eric.ed.gov>): Il s'agit d'une bibliothèque numérique en ligne contenant des informations et des recherches sur l'éducation. Elle donne accès aux publications sur l'éducation en vue d'encourager le recours à la recherche et aux informations sur l'éducation pour améliorer la pratique en matière d'apprentissage, d'enseignement, de



prise de décisions et de recherche dans le secteur de l'éducation.

Suivez ce lien pour des conseils sur les différentes options de recherche: <http://eric.ed.gov/?advanced>

SSRN

Social Science Research Network:
<http://ssrn.com/en/>

JSTOR:

<http://www.jstor.org/action/showAdvancedSearch?acc=off&wc=on>

DOAJ

Directory of Open Access Journals:
<https://doaj.org/subjects>

Autres moteurs

Voici quelques autres moteurs de recherche qui peuvent se révéler utiles: **Base** (<http://www.base-search.net>); **CiteuLike** (<http://www.citeulike.org>); **Reefseek** (<http://www.refseek.com>); **SearchTeam** (<http://searchteam.com>)

4.2 Sources spécifiques aux thèmes intéressant l'IE

Education in Crisis

Site Internet de recherche de l'IE L'Éducation en crise (<http://educationincrisis.net>): Sous l'onglet Resources, vous trouverez différents blogs et articles, des publications de l'IE et d'autres publications en rapport avec les domaines de travail de l'IE.

Exemples relatifs aux conditions de travail

Statut des enseignant(e)s et profession enseignante (Status of Teachers and the Teaching Profession): <http://download.ei-ie.org/Docs/WebDepot/The%20Status%20of%20Teachers%20and%20the%20Teaching%20Profession.pdf>

Réformes globales de l'enseignement de la gestion et personnel enseignant (Global Managerial Education Reforms and Teachers): <http://download.ei-ie.org/Docs/WebDepot/Global%20Managerial%20Education%20Reforms%20and%20Teachers.pdf>

Syndicats de l'éducation:

Consultez les sites Internet des membres de l'IE, où vous trouverez les recherches qui donnent la parole aux enseignant(e)s/PSE (cet élément fait souvent défaut dans la recherche sur l'éducation). Si vous

trouvez des choses intéressantes, n'hésitez pas à contacter le syndicat. Il pourra peut-être vous aider dans votre travail de recherche et de plaider sur un sujet spécifique.

Portail SharePoint de l'IE

Dans le groupe du projet Réponse globale, vous pouvez trouver des nouvelles et des publications en rapport avec la privatisation et la commercialisation croissantes dans et de l'éducation dans le monde. Les informations sont classées par pays, région et sujet (par ex., droits d'inscription bas pour les écoles privées commerciales, enseignement public ou privé). Veuillez en demander l'accès à Nikola Wachter (nikola.wachter@ei-ie.org);

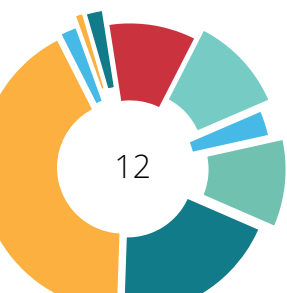
Autres sources

D'autres organisations internationales ont des ressources en ligne gratuites:

OIT: <http://www.ilo.org/global/research/lang--fr/index.html>

UNESCO: <http://www.unesco.org/new/en/unesco/resources/>

OECD: <https://data.oecd.org/education.htm>



5 Collecte des données

Ce chapitre contient quelques conseils sur **la façon de recueillir des données pour votre recherche**. Dans le présent guide, nous nous concentrons sur la collecte de données qualitatives au travers d'observations sur le terrain, d'entretiens et de discussions en groupes thématiques ainsi que sur la collecte de données quantitatives par le biais d'enquêtes en ligne ou sur papier.

Les deux méthodes – qualitative et quantitative – ont leurs avantages et leurs inconvénients. Efforcez-vous de choisir la méthode de recherche qui correspond le mieux à votre sujet ou qui répondra le mieux à votre question de recherche, mais **aucune méthode n'exclut l'autre**. En fait, **une**

recherche combinant les deux méthodes (qualitative et quantitative) peut se révéler particulièrement utile pour le plaidoyer, étant donné qu'elles se renforcent l'une l'autre pour mieux décrire un phénomène.

Stratégies d'accès:

Participant(e)s à la recherche et gardien(ne)s dans les établissements d'enseignement

- **Premier contact:** Renseignez-vous sur les obligations juridiques concernant la recherche dans les établissements d'enseignement de votre juridiction. Veillez à respecter ces obligations (une autorisation de l'Etat, du Ministère de l'Education, des établissements d'enseignement, des autorités du district ou de la municipalité, peut être nécessaire).
- Dans certains cas, le gouvernement central peut transmettre une lettre d'autorisation aux responsables de l'éducation au niveau du comté et à une sélection d'établissements d'enseignement (écoles, universités, par exemple) à votre nom. Assurez-vous d'en recevoir une copie.
- A titre subsidiaire, vous pouvez contacter directement l'établissement d'enseignement. Prenez contact avec le/la directeur/trice ou le/la chef(fe) d'établissement par téléphone, courrier électronique, lettre ou en personne.
- Une première lettre (adressée au gouvernement ou directement aux responsables de l'établissement) doit mentionner les éléments suivants:
 - o qui vous êtes;
 - o les organisations ou bailleurs de fonds avec lesquels vous collaborez;
 - o le sujet ou l'objectif de la recherche;
 - o si possible, garantie de la confidentialité de l'établissement et des participant(e)s;
 - o brève explication de comment la recherche sera utilisée après son achèvement; et
 - o vos coordonnées de contact.
- **Gardien(ne)s:** Certain(e)s propriétaires ou chef(fe)s d'établissement peuvent ne pas vouloir que des enquêtes soient menées. Ils/Elles veulent être présent(e)s pour savoir ce que les gens disent. Ceci peut être une variable limitative. Il est utile de **souligner que les conclusions aideront à améliorer le système**. Cependant, l'accès à l'établissement peut être refusé. Dans ce cas, ne renoncez pas, contactez une autre école et utilisez les réseaux existants.
- **Anonymat:** Certains établissements d'enseignement pourraient vouloir que leur **anonymat soit préservé**. Il peut être utile de mentionner d'emblée que **les noms de l'établissement et des participant(e)s ne seront pas mentionnés dans le rapport de recherche**.

Contact en dehors de l'enceinte de l'établissement d'enseignement (pour l'éducation)

- Dans certains cas, il pourrait être utile de rassembler des enseignant(e)s et du personnel de soutien de l'éducation en dehors de leurs heures de travail, éventuellement en organisant un séminaire, et de leur demander de compléter les questionnaires ou de participer à un entretien. Cette approche permettra non seulement d'augmenter le taux de réponse, mais pourrait aussi permettre aux participant(e)s d'être plus ouverts ou plus critiques.
- Les enquêtes en ligne peuvent constituer un autre moyen d'atteindre **les participant(e)s en dehors de l'environnement scolaire ou universitaire.**

5.1 Données quantitatives

Cette boîte à outils donne un aperçu des méthodes de collecte de données quantitatives qui sont associées à des chiffres et à des statistiques. Aliaga et Gunderson (2000) décrivent les méthodes de recherche quantitative comme « **expliquant des phénomènes par la collecte de données numériques qui sont analysées en utilisant des méthodes mathématiques (en particulier, des statistiques)** ». « Expliquer des phénomènes » est un objectif que poursuivent tant la recherche quantitative que la recherche qualitative, mais la principale différence entre les deux est que les méthodes quantitatives tentent d'y parvenir en utilisant des chiffres. Ceci est étroitement lié à la dernière partie de la définition susvisée, qui mentionne le recours aux mathématiques. Vous serez ainsi en mesure de dire, par

exemple, que 30 % des enseignant(e)s ont déclaré ne pas être satisfait(e)s de leurs conditions de travail.

L'utilisation des mathématiques pour expliquer des phénomènes n'est pas, en soi, plus valable, fiable ou souhaitable que l'utilisation de méthodes qualitatives.

Certaines questions d'évaluation conviennent mieux aux méthodes quantitatives. Par exemple, certains phénomènes, comme les taux d'emploi et les niveaux d'instruction, sont naturellement présentés sous forme numérique.

Nous pouvons convertir en chiffres des phénomènes qui ne surviennent pas naturellement sous forme numérique. Les formulaires d'évaluation et l'utilisation d'échelles de type Likert (par ex., de 1 à 5)

peuvent imposer aux répondant(e)s d'indiquer leurs attitudes et leurs convictions sous forme numérique. Nous pouvons ensuite les soumettre à des calculs statistiques. De cette façon, l'utilisation de techniques quantitatives peut être assez flexible. Vous pouvez, par exemple, demander: « Sur une échelle de 1 à 5, quel est votre degré de satisfaction par rapport à vos conditions de travail? ».

A. Conception et réalisation de l'enquête

Une enquête est un instrument servant à **recueillir des informations** à partir d'un échantillon d'une population. Les enquêtes peuvent être de différents types et être administrées de diverses manières.

a. Longueur des enquêtes

Les questionnaires auto-administrés et les entretiens téléphoniques ne devraient généralement pas durer plus de **30 minutes**. Les entretiens en face-à-face peuvent durer jusqu'à **une heure**. Il convient également de tenir compte du temps dont disposent les répondant(e)s, de leur degré d'intérêt à compléter réellement le questionnaire et des ressources dont vous disposez.

b. Différents types de questions

Questions ouvertes:

Exemple:

Pourquoi vous sentez-vous démotivé(e) à l'école?

L'avantage des questions ouvertes est que le/la participant(e) est plus libre de répondre et que, de ce fait, **il se peut que vous obteniez des réponses que vous n'attendiez pas** et que **vous donniez davantage la parole au/à la participant(e)**. Par ailleurs, vous pourriez obtenir certaines déclarations intéressantes que vous pourriez utiliser dans vos actions de plaidoyer. Gardez à l'esprit que ces questions sont un peu plus difficiles à coder par la suite (c'est-à-dire à traduire en pourcentage ou en chiffres -> voir la section 6.2).

Questions fermées:

Les réponses à des questions fermées **sont faciles à coder et à analyser**. Cependant, **elles limitent la quantité d'informations** que le/la répondant(e) peut fournir et, partant, elles limitent les informations que vous pouvez obtenir.

Exemples:

Questions de données catégorielles :

Q Veuillez indiquer quel(s) niveau(x) d'enseignement comporte votre établissement (plusieurs choix possibles)*:

- A Pré-scolaire
 Primaire Secondaire

Questions de données ordinales :

Q Lequel des sujets suivants aimeriez-vous approfondir (CLASSEZ par ordre d'importance, 1 = élevé, 3 = moyen et 5 = faible).

A	1	2	3	4	5
Privatisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Technologies	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Financement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Questions de données d'intervalle :

Q Depuis combien de temps travaillez-vous comme enseignant(e)?

- A a) 1-3 ans b) 4-6 ans
c) 7-9 ans d) Plus de 10 ans

Questions de ratios :

Q Quel âge avez-vous ?

A _____

Nota bene:

- **Evitez les questions tendancieuses** et efforcez-vous de rester aussi **neutre** que possible.

Question tendancieuse:

*Que pensez-vous du programme scolaire **étroit** de votre établissement?*

Question neutre:

Que pensez-vous du programme scolaire de votre établissement?

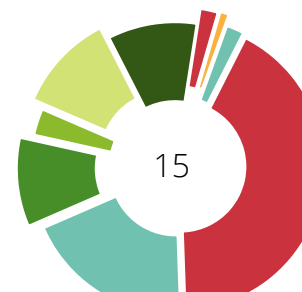
- Utilisez **un langage simple**.
- **Evitez les questions composées**, qui concernent plus d'un sujet (par ex., dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) de votre salaire et de vos jours de congé?)
- **Autorisez les réponses neutres** ou « Pas d'application ». Vous pouvez, par exemple, donner aux participant(e)s la possibilité d'ajouter leur propre option de réponse

Autres (précisez) _____

ou ajouter une case

Pas d'application

* Cette question est obligatoire



c. Ordre des questions

Commencez par poser des **questions relativement objectives avant de passer aux questions subjectives**.

Les questions délicates devraient être insérées bien après le début du questionnaire, mais aussi bien avant la fin de celui-ci.

En fonction du nombre et de la complexité de vos questions, vous devrez déterminer si vous posez les **questions relativement faciles** (comme des informations contextuelles) au début ou à la fin du questionnaire.

Évitez les questions qui se ressemblent.

Les questions doivent suivre un **ordre logique**. Vous pouvez, par exemple, structurer votre enquête en plusieurs parties, telles qu'« Informations personnelles », « Expérience professionnelle », ou « Conditions de travail ».

d. Phase pilote

La phase pilote (c'est-à-dire la **mise à l'essai du questionnaire**) est importante. Elle donnera au/à la chercheur/euse une bonne **idée de ce qui doit être modifié**. Elle peut être réalisée avec des collègues et aussi avec des participant(e)s potentiel(le)s.

Testez la logistique administrative:

Combien de temps faut-il pour compléter le questionnaire?

Y a-t-il suffisamment de place pour répondre aux questions dans le questionnaire?

Peut-il être auto-administré sans la présence du/de la chercheur/euse, ni consignes supplémentaires?

Testez la réussite du questionnaire:

Les questions sont-elles claires et sans équivoque?

Les choix de réponse sont-ils distincts et exhaustifs?

Êtes-vous en mesure d'obtenir les informations dont vous avez besoin?

e. Administration de l'enquête – De façon personnelle

Enquête structurée en face-à-face

Dans ce cas, le/la chercheur/euse rencontre les participant(e)s et complète le questionnaire tout en posant les questions de l'enquête aux participant(e)s.

Avantages: Les questions étant directement posées au/à la répondant(e) par le/la chercheur/euse, elles apportent généralement **une réponse contenant davantage d'informations**. Cette approche permet aussi au/à la chercheur/euse d'observer les participant(e)s.

Inconvénients: Le **risque de partialité est plus élevé** du fait de l'interaction entre le répondant(e) et l'intervieweur/euse. Le principe de **l'anonymat est abandonné**. La conduite d'entrevues en face-à-face **peut coûter cher en argent et en temps**, en particulier si les répondant(e)s sont dispersé(e)s sur le plan géographique.

Enquête téléphonique – Appeler les participant(e)s

Dans ce cas, le/la chercheur/euse appelle les participant(e)s et complète le questionnaire

tout en posant les questions de l'enquête aux participant(e)s.

Avantages: Cette méthode peut être utilisée pour poser **des questions qui découlent les unes des autres**. Elle protège mieux l'anonymat que les entretiens en face-à-face.

Inconvénients: Les enquêtes téléphoniques ne sont pas idéales pour collecter des données qui imposent aux participant(e)s d'examiner du matériel visuel. De plus, les appels téléphoniques à des fins d'enquête ne **conviennent pas si des questions longues ou complexes doivent être posées**.

f. Administration de l'enquête – Questionnaire auto-administré

Enquête sur un questionnaire papier:

Dans ce cas, les participant(e)s complètent eux-mêmes le questionnaire.

Avantages: Une méthode traditionnelle d'administration de l'enquête, à savoir le questionnaire papier, est idéale pour les répondant(e)s **qui ne maîtrisent pas l'informatique** ou qui n'ont pas accès à l'Internet.

Inconvénients: La technique du questionnaire papier auto-administré généralement requiert que **le/la chercheur/euse soit présent(e) durant l'opération**. Elle nécessite également la reproduction coûteuse des questionnaires, la **distribution manuelle** de ceux-ci aux répondant(e)s et l'**encodage manuel** des résultats de l'enquête (par ex., la saisie des résultats dans un tableur Excel).

Enquête en ligne: Les participant(e)s complètent le questionnaire en ligne

Dans ce cas, les participant(e)s complètent eux/elles-mêmes le questionnaire en ligne.

Avantages: La technique d'enquête en ligne est idéale pour une enquête nécessitant un **échantillon de grande taille** et/ou un échantillon dont les membres vivent dans de **vastes zones géographiques**. Elle coûte **moins cher** que l'envoi de questionnaires par courrier. Les outils d'enquête en ligne **facilitent l'analyse des données et la génération de graphiques** (par ex., survey gizmo ou survey monkey). Si vous en disposez, vous pouvez aussi utiliser la dernière version d'Excel dans la suite bureautique 365 de Microsoft, qui vous permet de préparer

et d'analyser des enquêtes en ligne ou des formulaires Google. Si votre syndicat dispose d'un espace serveur, vous pouvez aussi utiliser limesurvey (https://manual.limesurvey.org/LimeSurvey_Manual/fr), qui est gratuit.

Inconvénients: Les participant(e)s doivent maîtriser l'informatique pour répondre aux questions de l'enquête en ligne. Egalement, cette méthode requiert une connexion Internet et un raccordement électrique. Elle peut aussi nécessiter de fournir une incitation aux participant(e)s.

Généralement, vous devez payer pour utiliser des outils d'enquête en ligne (voir les exemples ci-dessous, chiffres arrêtés en septembre 2016).

Combiner les questionnaires en ligne et sur papier

Pour obtenir un **taux de réponse plus élevé** et faciliter et réduire les coûts d'administration et d'analyse de l'enquête, vous pouvez utiliser une combinaison de questionnaires en ligne et sur papier.

NOM	SurveyMonkey	SurveyGizmo	Lime Survey (source ouverte)
# de questions	10 questions	Nombre illimité de questions	Nombre illimité de questions
# de réponses	100 réponses	Nombre illimité de réponses	Nombre illimité de réponses
Types de questions	Pas de logique de question	Tous les types de question	Tous les types de question
Format de rapport	Uniquement des rapports en ligne	Résumé et rapports CSV	Texte, CSV, PDF, SPSS, MS Excel
Outils d'analyse	Pas de filtrage possible pour analyse	Pas de filtrage possible pour analyse	Filtrage possible pour analyse
Site web	https://www.surveymonkey.com/pricing/upgrade/details/?ps=1	https://www.surveygizmo.com/plans-pricing/#	https://limesurvey.org/?jump_to=features
Versions supérieures	(Plus de fonctions pour 35 EUR/mois)	(Plus de fonctions pour 25 US\$/mois)	

Combiner les questionnaires en ligne et sur papier: La procédure pas à pas:

Preparer

- Enregistrez-vous dans un outil d'enquête en ligne.
- Préparez votre questionnaire en ligne. Si c'est la première fois que vous utilisez le programme, il vous faudra un peu de temps pour vous familiariser avec celui-ci.
- Les outils d'enquête en ligne vous permettent de préparer une version imprimable au format Word. Après un peu de formatage, vous pourrez imprimer ce document et le transmettre aux participant(e)s qui n'ont pas de connexion Internet.
- Avec les questionnaires en ligne, il est crucial de passer par une phase pilote de l'enquête (voir la section 5).

Partager

- Une fois l'enquête prête, transmettez le lien vers l'enquête par courrier électronique aux participant(e)s qui ont une connexion Internet sur leur ordinateur ou sur leur téléphone. La plupart des outils d'enquête en ligne créent des versions de l'enquête compatibles avec les téléphones portables.
- Partagez le document au format Word de votre enquête avec les personnes qui ne disposent pas d'une connexion Internet.
- Vous pouvez aussi envisager d'organiser une réunion durant laquelle les participant(e)s peuvent compléter le questionnaire sur un ordinateur fixe/portable mis à disposition dans la salle de réunion.
- Si vous avez un smartphone, vous pouvez recueillir les réponses hors ligne et les télécharger.

Surveiller

- Surveillez la participation en ligne (par ex., supprimer ou effacer les réponses incomplètes, suivi).
- Vous pouvez ensuite recueillir les versions papier et les introduire manuellement dans l'enquête en ligne en utilisant le lien de l'enquête. Vous disposerez ainsi tous les résultats de l'enquête, en ligne et sur papier.

Analyser

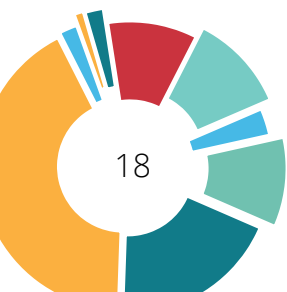
- Analysez les données en ligne: générer des graphiques, filtrer les résultats (par ex., genre, chef(fe) d'établissement).
- Analyser les questions ouvertes (voir la section 6 Codage).
- Procédez à l'analyse finale approfondie.

B. Taux de réponse: en quoi affecte-t-il la validité des résultats?

Sachez que si **le taux de réponse** (nombre de participant(e)s à votre enquête/questionnaire **est très bas**, vos **résultats seront moins crédibles**. Par conséquent, lorsque vous choisissez votre échantillon, tenez compte du taux de réponse escompté et essayez que votre échantillon final de questionnaires/enquêtes complétés soit adéquat. Vous pouvez **calculer le pourcentage minimal** de retours nécessaires pour que vos résultats restent crédibles à l'aide de la formule Survey Monkey. Toutes les informations dont vous avez besoin pour calculer la taille de votre échantillon sont disponibles sur le site Internet suivant: http://help.surveymonkey.com/articles/en_US/kb/How-many-respondents-do-I-need

Astuces pour augmenter le taux de réponse:

- Envoyez une **lettre préalable** aux répondant(e)s, et joignez une lettre d'accompagnement à l'enquête.
- Proposez aux répondants d'envoyer un **résumé des résultats**.
- Suivez le principe KISS. « KISS » est l'acronyme de **Keep It Short and Simple (Soyez simple et concis)**. Des taux de réponse et d'achèvement supérieurs vont de pair avec des questionnaires concis, simples et auxquels il est facile de répondre.
- Faites en sorte que les **procédures** de réponse au questionnaire soient **simples**.
- Proposez une **petite compensation** ou faites un cadeau ou un don à l'organisation participante.
- Faites en sorte que l'enquête paraisse **professionnelle** (révérifiez les instructions, l'interligne, la mise en page et l'aspect imprimé du questionnaire avant de le distribuer).
- **Expliquez pourquoi des questions délicates sont posées**.
- Protégez la **confidentialité** (et l'anonymat, le cas échéant).



5.2 Données qualitatives

A. Pourquoi utiliser ou ne pas utiliser des méthodes qualitatives?

Une recherche qualitative permet d'**analyser en profondeur un phénomène**, alors que des données quantitatives ne font qu'en effleurer la surface. Les données qualitatives tiennent compte de la complexité d'une réalité sociale. Elles peuvent servir à décrire ou à comprendre des normes, des rapports entre des variables, ainsi que des raisons sous-jacentes et des motivations. Pour les syndicats, une recherche qualitative peut se révéler **efficace pour les actions de plaidoyer**, car elle peut **expliquer en détail des problèmes de la politique éducative actuelle sans aplanir la complexité de la question**. De plus, une recherche axée sur des récits personnels ou sur les **histoires complexes d'individus et de groupes** est utile pour le travail de plaidoyer, dans la mesure où elle peut attirer les gens, la nature humaine étant plus intéressée par des histoires vivantes que par des statistiques pures.

Cependant, étudier un phénomène en détail et en tenant compte du contexte signifie que la taille de l'échantillon doit être beaucoup plus réduite que celui utilisé pour une recherche quantitative. **Les données qualitatives ne peuvent donc pas être généralisées à partir de l'échantillon**, ce qui signifie que l'on ne peut pas supposer que les informations tirées de l'échantillon reflètent une population plus large. Des données qualitatives peuvent toutefois conduire un(e) chercheur/euse à élaborer une nouvelle théorie qui suggère que X se produit d'une certaine façon dans les conditions Y pour une raison Z. Cette théorie peut ensuite être corroborée ou infirmée par d'autres chercheurs/euses.

Travail préparatoire indispensable

Pour concevoir votre recherche qualitative, vous devez choisir votre méthode en fonction de vos **hypothèses épistémologiques** et de votre **cadre théorique**.

Points de vue épistémologiques

Il existe plusieurs façons de recueillir des données qualitatives. Le choix de la méthodologie qualitative sera fonction de vos hypothèses épistémologiques. L'épistémologie se réfère **aux différents points de vue concernant la manière dont les connaissances sociales sont produites**. À titre d'exemple, la défense de la vérité objective par les positivistes les conduit à suggérer que la réalité sociale devrait être étudiée en recourant à des méthodes similaires à celles utilisées en sciences naturelles (ce n'est plus un point de vue commun). À l'autre extrémité de l'échelle épistémologique, d'autres chercheurs/euses appliquent **des méthodes interprétatives** comme l'ethnographie, **qui soulignent la subjectivité**.

D'autres points de vue épistémologiques courants sont le fonctionnalisme, le structuralisme, le réalisme, le réalisme critique, le constructivisme social, le post-structuralisme et la phénoménologie. Examinez vos hypothèses épistémologiques et voyez en quoi elles affectent les méthodes qualitatives que vous utilisez.

Cadre théorique

Un cadre théorique consiste à **utiliser une théorie** (des idées que des auteurs ont déjà étudiées) **pour vous orienter dans la manière dont vous abordez un sujet**. Il est nécessaire de disposer d'un cadre théorique clair pour sous-tendre votre recherche. **Consultez la littérature pour voir quelles perspectives les chercheurs/euses précédent(e)s ont adoptées sur le sujet que vous avez choisi** et lisez le plus possible sur des questions ou des approches connexes qui pourraient être prises en compte. Vous pouvez alors utiliser une théorie déjà établie comme grille d'analyse d'un phénomène. Elle vous offre un cadre conceptuel pour votre enquête. Si vous choisissez, par exemple, l'importance de l'enseignement et de la formation techniques et professionnels (EFTP), il existe de nombreux cadres théoriques pour analyser le sujet. La recherche sur l'EFTP selon l'approche des capacités de Sen (voir Tikly, 2013) sera très différente de la recherche sur l'EFTP selon une théorie économique. Votre cadre théorique reflétera vos hypothèses épistémologiques.

B. Méthodes de recherche qualitative

Il existe différentes façons de mener une recherche qualitative, comme la phénoménologie ou la théorie ancrée. Cette section ne s'intéresse toutefois qu'à deux des approches les plus courantes, à savoir l'ethnographie et l'étude de cas.

Ethnographie

L'ethnographie implique une **immersion soutenue de longue durée** (généralement des mois ou des années) dans un certain milieu social. Sur la base d'entretiens ouverts et de l'observation des participant(e)s (voir plus loin), le/la chercheur/euse a pour but de découvrir les processus complexes intervenant dans des coutumes, des normes ou des comportements sociaux qui, autrement, seraient source de confusion. **S'impliquer dans la réalité sociale de vos participant(e)s vous permet de relever des détails ou des liens de causalité qui auraient pu passer inaperçus aux yeux de personnes totalement extérieures.** De plus, apprendre à connaître les participant(e)s et établir des rapports avec eux/elles peut vous donner accès à des connaissances que, sans cela, ils/elles n'auraient pas partagées avec vous.

Dans le cas d'une recherche ethnographique, il est capital d'avoir l'esprit ouvert. Ne jugez pas ce que vous voyez selon vos propres critères. Essayez plutôt de comprendre la vision qu'ont les participant(e)s de leur réalité sociale.

Etudes de cas

Cette méthode consiste à **analyser un « cas » particulier**. Un « cas » peut

désigner une variété de choses, comme un endroit (par ex., un centre d'éducation de la petite enfance), une personne (par ex., un(e) chef(fe) d'établissement), un seul groupe de documents (par ex., les livres blancs sur l'éducation pendant une période donnée), un événement particulier (par ex., une action d'un syndicat) ou une région.

Cette méthode est similaire à celle de l'ethnographie en ce qu'**elle analyse une question complexe dans son contexte**. Cependant, l'accent porte davantage sur les entretiens que sur l'observation des participant(e)s et le cadre théorique peut être utilisé plus soupagement que dans un travail ethnographique. Il existe d'autres différences: le fait que l'on cherche moins à comprendre un phénomène selon la perspective des participant(e)s et **l'implication à long terme sur le terrain n'est pas considéré comme une nécessité**. Ce dernier point rend souvent les études de cas plus pratiques, parce qu'elles coûtent moins cher en temps et en argent.

C. Méthodes de collecte de données qualitatives

Observations (des participant(e)s)

L'observation des participant(e)s est **l'épine dorsale de l'ethnographie**, mais cette méthode **peut également être appliquée dans le cadre d'une étude de cas** afin de trianguler les informations provenant des entretiens (sauvegarder/utiliser différentes méthodes et types d'échantillons pour la collecte de données/saisir différentes dimensions d'un même phénomène).

Les observations peuvent être faites **en tant que personne extérieure** (par

exemple, en regardant simplement une classe) ou **en tant que participant(e)**, ce qui peut parfois donner lieu à des conclusions plus riches (par ex., en participant à la classe, en parlant aux étudiant(e)s, en aidant l'enseignant(e), en se déplaçant dans la pièce, etc.).

Si vous souhaitez étudier les processus au sein de votre propre syndicat, vous êtes automatiquement à la fois un(e) participant(e) et un(e) observateur/trice, parce que vous êtes une personne de l'intérieur. Dans ce cas, vous devez vous efforcer de « remettre en question ce qui est familier » en examinant votre organisation avec l'œil d'une personne extérieure. Quels sont les détails des processus syndicaux que vous tenez généralement pour acquis?

Des notes prises sur le terrain servent à consigner ce qui s'est passé et vos observations sur l'événement, le comportement ou l'activité observée. Elles peuvent être prises de diverses manières: à la main, sur une tablette ou sur un enregistreur. Elles doivent être détaillées et prises sur le vif ou très vite afin de ne pas oublier de détails. **Soyez sélectif/ive**

Exemple de notes qui peuvent être prises sur le terrain.

Heure	Description (sans jugement de votre part)	Interprétation (ajoutez comment et pourquoi)
13h10	<i>L'enseignante corrige rapidement des copies pendant qu'elle mange son sandwich.</i>	<i>L'enseignante doit gérer beaucoup de choses à la fois et semble assez stressée.</i>

lorsque vous prenez des notes: vos notes ne recréeront pas la réalité, mais seront concentrées sur des observations en rapport avec le thème de votre recherche. Vous pouvez noter des informations sur des acteurs, des événements, le contexte (conditions climatiques, etc.), des interactions, des activités, un mouvement ou l'espace.

Même si vos descriptions sont toujours subjectives (deux personnes n'ont pas exactement la même perception de la réalité), essayez de prendre conscience de la différence entre ce que vous observez et l'interprétation que vous en faites. Essayez d'**éviter de qualifier ce que des personnes font en vous fondant sur des généralisations** (par ex., en décrivant quelqu'un comme « inefficace »).

D'autres chercheurs/euses jettent simplement des notes comme dans un journal (en particulier les ethnographes). Des observations peuvent aussi être enregistrées en vidéo, en photos et en enregistrements audio. Cependant, si vous utilisez une caméra, sachez que sa présence peut avoir un effet sur les données recueillies, les participant(e)s cessant peut-être de se comporter « naturellement ».

Vous trouverez ici plus d'informations sur l'observation des participant(e)s:

<https://annerevillard.files.wordpress.com/2014/11/syllabus-observation-2014-2015.pdf>

<https://assessment.trinity.duke.edu/documents/ParticipantObservationFieldGuide.pdf>

Entretiens

Les entretiens peuvent servir à:

- recueillir des données sur un phénomène lui-même** (si la personne interrogée est fiable ou si les informations sont confirmées par d'autres données);
- découvrir l'expérience ou la perception du phénomène** par la personne interrogée.

Les entretiens sont la meilleure façon de découvrir les motivations d'une action, des informations sur des sujets sensibles ou des informations sur des événements passés.

Lieu et heure

Le lieu et l'heure de l'entretien **peuvent influencer les résultats** de celui-ci. Considérez ceci: quel serait l'effet d'interviewer un(e) enseignant(e) dans sa classe au milieu d'une journée chargée, plutôt que de l'interroger dans un café après les cours?

Si, par exemple, vous voulez discuter de problèmes concernant les conditions de travail des enseignant(e)s, peut-être vaut-il mieux un endroit situé en dehors de l'école. **Réfléchissez bien à l'endroit et au moment** où vous réalisez les entretiens sur des questions sensibles, **afin de veiller à ce qu'il n'y ait pas d'interruptions et que l'entretien ne puisse pas être entendu.** Choisissez toujours un endroit calme, de sorte que l'entretien puisse être aisément enregistré avec une bonne qualité sonore. Il se peut que vous décidiez de ne pas enregistrer l'entretien afin que la personne interrogée se sente plus à l'aise.

Types d'entretiens

- Entretiens structurés:** L'intervieweur/euse pose une série de questions à la personne interrogée. Ce style d'entretien est rapide, mais peu approfondi.
- Entretiens semi-structurés:** Ce type d'entretien suit une liste de questions/thèmes préparés, qui sert de fil conducteur. L'intervieweur/euse conserve une certaine flexibilité et peut se concentrer sur des sujets que la personne interrogée aborde ainsi que sur ce qu'ils/elles avaient convenu d'aborder.
- Entretiens non structurés:** Ce type d'entretien permet au/à la participant(e) de diriger l'entretien. Les entretiens totalement non structurés ne sont pas courants, car ils peuvent être difficiles pour le/la participant(e), durer très longtemps ou fournir au/à la chercheur/euse des tas d'informations non pertinentes.

Astuces : élaborer les questions de l'entretien

- Commencez par des questions sur l'identité de la personne afin de faciliter l'entretien.
- Commencez par des questions « faciles », non controversées et neutres sur le plan émotionnel.
- Posez les questions plus complexes ou plus personnelles vers la fin.
- Veillez à ce que toutes les questions soient aisément compréhensibles et que la formulation soit précise.
- Dans certains cas, il peut être utile d'utiliser des dessins, une vidéo, des photos, etc., comme stimulus pour l'entretien ou comme outils permettant au/à la participant(e) d'exprimer ses idées.

La conduite de l'entretien:

- Assurez-vous que les personnes interrogées **vous autorisent à les enregistrer**.
- Vérifiez TOUJOURS **deux fois** que votre **enregistreur/caméra fonctionne** correctement **avant** de commencer l'entretien.
- **Soyez sympa!** Faites en sorte que la personne interrogée se sente à l'aise et détendue.
- **Ne lisez pas vos questions**, essayez d'établir **un contact** avec la personne que vous interrogez et de créer une ambiance de conversation. Prenez des notes sur le **langage corporel ou d'autres facteurs** qui n'apparaîtront pas dans l'enregistrement), mais souvenez-vous que vous ne devez pas écrire tout ce qui est dit (puisque ce sera enregistré). **Prendre trop de notes pourrait distraire la personne interrogée** ou gêner l'établissement d'un contact avec elle. N'oubliez pas que prendre beaucoup de notes à certains moments et aucune à d'autres peut donner l'impression à la personne interrogée que certains sujets dont elle parle sont plus intéressants ou plus importants pour vous.
- **Montrez de l'intérêt et faites preuve d'empathie**, mais ne terminez pas les phrases de la personne interrogée, ne marquez pas votre accord ou votre désaccord et ne donnez pas votre avis.
- **Soyez souple**. Posez des questions de suivi, pour obtenir des clarifications ou des informations supplémentaires sur un point.

La mise en page, les règles typographiques et l'expérience des utilisateurs montrent à 98% que cette page est la page numéro :

Groupes de discussion

Les groupes de discussion sont une autre manière de rassembler des données. Dans ce cas de figure, de nombreux/euses participants(e) sont réuni(e)s pour discuter d'un sujet en rapport avec votre question de recherche. Les participant(e)s sont généralement choisi(e)s parce qu'ils/elles ont certaines spécificités ou une certaine connaissance du sujet.

Pourquoi organiser des groupes de discussion?

- Un groupe de discussion **peut faire gagner du temps** (par rapport aux entretiens individuels).
- Les participant(e)s peuvent vous **fournir des données plus utiles** que ce qui aurait été le cas dans un entretien, dans la mesure où ils/elles peuvent être incité(e)s par les autres à partager leur expérience ou à développer ce que d'autres participant(e)s ont dit.
- Les participant(e)s peuvent **s'aider mutuellement** à se rappeler de détails oubliés.
- Etre en groupe peut mettre les gens **plus à l'aise** et les désinhiber (pour des sujets sensibles ou personnels, des entretiens en tête-à-tête peuvent être plus appropriés).
- Un groupe de discussion peut vous aider à dégager **des points d'accord et de désaccord** entre les participant(e)s.
- Vous pouvez **identifier un comportement commun**.

Réflexivité/Positionnement

Dans une recherche qualitative, la nature de la méthode de collecte de données ne peut jamais être totalement dissociée du/de la chercheur/euse. **Il existe toujours un élément de subjectivité** par rapport aux données et **la personnalité du/de la chercheur/euse fait inévitablement la différence** en termes de résultats. En gardant cet élément à l'esprit, réfléchissez à l'impact de différents aspects de votre identité sur votre recherche, comme:

- les expériences personnelles,
- le genre,
- l'origine ethnique/la race,
- la classe,
- l'âge,
- les convictions politiques,
- les valeurs,
- le statut.

Quelle est la relation de pouvoir entre vos participants et vous? En quoi votre vision du monde et votre point de vue idéologique affectent-ils l'interprétation de vos données? Est-il nécessaire d'être conscient(e) de votre propre rôle dans le processus de recherche et de l'analyser de façon critique?

Par exemple, imaginez que vous faites partie du personnel de soutien à l'éducation et que vous aidez les enfants dyslexiques. Vous menez une recherche sur les pratiques inclusives en classe. Comment votre formation affecte-t-elle la dynamique d'un entretien que vous conduisez avec un(e) enseignant(e)?

Il importe de souligner qu'une recherche syndicale (qu'elle soit menée par un

Planification:

- Choisissez vos participant(e)s avec soin:
 - Réfléchissez à la **dynamique de pouvoir** qui pourrait naître au sein du groupe.
 - Demandez-vous s'il est plus intéressant pour votre recherche que les participant(e)s se connaissent ou soient des étrangers/ères les un(e)s pour les autres.
- Il est recommandé de réunir **5 à 10 participant(e)s** pour que le groupe soit dynamique, mais chacun(e) doit avoir l'occasion d'exprimer son point de vue.
- Conduisez de nombreux **groupes de discussion par strate** (par ex., trois groupes composés uniquement de femmes, trois groupes composés uniquement d'hommes et trois groupes mixtes).
- Ne posez **pas plus de dix questions** afin que chacune d'entre elles puisse être adéquatement couverte dans la discussion.
- Utilisez des **questions ouvertes**.
- Préparez un **protocole** d'entretien.

Pour en savoir plus:

- http://www.rocare.org/PetitesSubventions_GuideRechercheQuali.pdf
- https://assessment.trinity.duke.edu/documents/How_to_Conduct_a_Focus_Group.pdf
- <http://ojp.gov/ovc/pubs/victimswithdisabilities/pdf/ProtocolforInterviewsGroupsandMeetings.pdf>

Modération:

- Favorisez les **interactions** et la dynamique de groupe en plaçant les sièges en cercle.
- **Évitez de demander « pourquoi »**, mais demandez plutôt aux participant(e)s de décrire leur expérience.
- En tant que modérateur(trice), ne donnez pas **vos avis** personnels.
- Établissez un **contact** et créez un **espace sûr**.
- N'ayez pas peur de **recadrer les groupes** qui s'écartent du sujet.
- Demandez aux participant(e)s de **donner leur nom avant de prendre la parole**, mais s'ils/elles ne le font pas, citez le nom des participant(e)s afin de pouvoir identifier les intervenant(e)s à partir de l'enregistrement sonore.

Si vous disposez des ressources pour filmer, **envisagez de filmer le groupe** en plus de l'enregistrement audio (certains endroits peuvent ne pas disposer du matériel pour filmer). Cela résout le problème susvisé, mais vous permet également d'étudier le langage corporel de vos participants pour votre analyse.

membre d'un syndicat ou simplement financée par un syndicat) adoptera toujours un point de vue particulier. Tenez compte des conséquences qu'auront les contacts syndicaux du/de la chercheur/euse sur les données recueillies et sur leur analyse.



5.3 Echantillonnage

On distingue **deux grands types d'échantillonnage**: l'échantillonnage aléatoire et l'échantillonnage non aléatoire. Choisissez votre méthode d'échantillonnage en fonction du type de recherche (quantitative ou qualitative) et de la portée (nombre de participant(e)s) du projet dans lequel vous envisagez de vous engager. Pour une recherche qualitative, vous opterez généralement pour un échantillonnage non aléatoire, comme indiqué à la section 5.3.1 et, pour une recherche quantitative, vous opterez plutôt pour un échantillonnage aléatoire (voir les méthodes d'échantillonnage énumérées à la section 5.3.2) ou vous utiliserez une combinaison des deux.

A. Echantillon non aléatoire

Echantillonnage dirigé

Les unités sont choisies selon des critères spécifiques qui les rendent pertinentes pour l'étude. A titre d'exemple, si l'étude porte sur les syndicats de l'éducation, vous choisirez peut-être de n'interroger que des enseignant(e)s qui sont des délégué(e)s syndicaux/ales. La taille de l'échantillon peut être déterminée par le point de saturation théorique (lorsque de nouvelles données n'apportent plus d'informations utiles à l'étude).

Parfois, les unités sont choisies parce qu'elles sont des cas « normaux/typiques ». Par exemple, vous pourriez choisir d'étudier l'effet du contexte socioéconomique sur l'apprentissage dans 5 écoles « moyennes ». Les résultats ne sont pas généralisables, mais votre échantillon peut illustrer ce qui se passe dans d'autres écoles « similaires ».

Les unités peuvent aussi être choisies parce qu'elles constituent des cas « extrêmes ». En d'autres termes, elles sont choisies parce qu'elles sont spéciales ou inhabituelles. Par exemple, si vous voulez en savoir plus sur la représentation syndicale dans les écoles, il pourrait être intéressant d'étudier une école où personne n'est syndiqué et de découvrir le contexte, la cause ou les raisons de cette absence de représentation syndicale.

Echantillonnage par quotas

Les unités sont choisies selon des critères préétablis. Par exemple, un échantillon pourrait inclure des participant(e)s en raison de leur genre, de leur statut socioéconomique, de leur âge, du nombre d'années d'expérience de l'enseignement, etc., dans des pourcentages correspondant à une population plus large. De ce fait, si dans le pays dans lequel vous menez la recherche 70 % des enseignant(e)s du primaire sont des femmes, vous pourriez choisir de refléter la même proportion hommes/femmes dans votre échantillon d'enseignant(e)s du primaire.

Echantillonnage en boule de neige

Les chercheurs/euses trouvent des participant(e)s/écoles/organisations pour prendre part à leur étude, qui les renvoient vers d'autres personnes susceptibles de participer. Cette méthode permet aux chercheurs/euses de trouver aisément des participant(e)s qu'il aurait été malaisé d'atteindre autrement. Prenez garde

au fait que les « gardien(ne)s » peuvent vous diriger vers certaines personnes ou établissements d'enseignement pour des raisons qu'ils/elles ne dévoilent pas.

Echantillon de commodité

L'échantillon est choisi par commodité en raison de son **accessibilité**. **Il convient de l'éviter autant que possible.**

B. Echantillonnage aléatoire

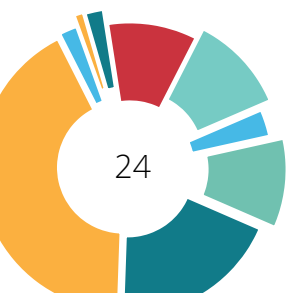
Un échantillonnage aléatoire fonctionne selon des méthodes de **sélection aléatoire**. Il a pour but de faire en sorte que les différentes unités qui composent votre population (par ex., les instituteurs/trices dans des écoles privées) aient des probabilités égales d'être choisies. L'échantillonnage aléatoire est généralement utilisé lorsque l'on travaille avec un grand échantillon et que l'on dispose des coordonnées de contact de l'ensemble de la population (en d'autres termes, tous les instituteurs/trices) ont la même chance d'être choisis). L'échantillonnage aléatoire peut coûter plus cher en temps et en argent.

Echantillonnage aléatoire

Chaque membre **a la même probabilité d'être choisi**. Cette méthode est toutefois souvent difficile à utiliser, étant donné qu'il est quasiment impossible d'identifier chaque membre de la population.

Echantillonnage stratifié

Par cette méthode, vous divisez la population en **sous-groupes** (strates) et les membres sont **choisis de façon aléatoire**



dans chaque groupe. À titre d'exemple, en fonction des objectifs de votre étude, vous pouvez diviser votre population selon le genre ou le nombre d'années d'ancienneté dans la profession. Ensuite, à l'intérieur des différentes strates, vous pouvez choisir des participant(e)s de manière aléatoire.

Echantillonnage systématique

Cette méthode d'échantillonnage est souvent utilisée en lieu et place de l'échantillonnage aléatoire. Ce système spécifique est utilisé pour **sélectionner** des membres, comme chaque dixième personne figurant sur une liste alphabétique.

Echantillonnage aléatoire en grappes

Cette méthode divise la population en **grappes**, les grappes sont sélectionnées de façon aléatoire et **tous les membres de la grappe** sélectionnée sont repris dans l'échantillon.

5.4 Formation d'assistant(e)s de recherche

Pour des projets de recherche de plus grande envergure, certain(e)s chercheurs/euses travaillent avec des assistant(e)s de recherche. **Ceci peut permettre d'augmenter la taille de l'échantillon, mais peut aussi influencer le résultat de la recherche.**

Éléments à prendre en compte:

- 1) Choisissez soigneusement vos assistant(e)s de recherche. Le fait de posséder une **expérience de la recherche** est un atout (par ex. des étudiant(e)s diplômé(e)s).
- 2) **Formez-les** bien à leurs tâches.
- 3) Travailler avec plusieurs personnes sur un projet signifie que chacun peut poser les questions différemment. Vous devez intégrer des **contrôles de sécurité des données** afin d'éviter que cela ne se produise.

- 4) Coordonnez le travail de manière à **respecter vos délais.**
- 5) Les assistant(e)s de recherche **doivent correspondre aux sujets abordés.** Par ex., si vous travaillez avec des étudiant(e)s, des assistant(e)s de recherche plus jeunes pourraient être plus efficaces.
- 6) Veillez à ce qu'ils/elles soient **bien informé(e)s de l'ensemble du projet.**

Avant d'envoyer des assistant(e)s de recherche sur le terrain, préparez-leur une **fiche énumérant toutes les choses dont ils/elles doivent tenir compte avant de collecter les données, pendant la collecte et après celle-ci.** Vous trouverez à l'annexe 1 un exemple de fiche, qui a été préparée pour des assistant(e)s de recherche chargé(e)s de soumettre un questionnaire à des enseignant(e)s sur leurs conditions de travail.

Sampling: Tips for dealing with different types of research participants

Parents: Il est possible d'accéder aux parents par l'intermédiaire de l'école ou directement chez eux. Veillez à ce que les questions qui leur sont destinées aient un lien avec leur expérience personnelle plutôt qu'avec leur perception de ce qui se passe à l'école ou leur interprétation de l'expérience de leurs enfants.

Enseignant(e)s/PSE: Les professionnel(le)s de l'éducation sont très occupé(e)s. Réfléchissez à la manière d'inciter les enseignant(e)s à participer à votre étude (pourquoi cette étude est-elle importante?) et à la meilleure manière et au meilleur moment pour les interroger.

N'oubliez pas que leur sécurité d'emploi peut être réduite. Dans la mesure du possible, établissez un contact en parlant de votre propre expérience de l'enseignement.

Étudiant(e)s: Il est important de tenir compte des rapports de force lorsque l'on interroge des étudiant(e)s, en particulier lorsqu'ils/elles ont moins de 18 ans. Les étudiant(e)s seront peut-être intimidé(e)s par votre âge, votre statut ou votre qualité de chercheur/euse. Cherchez un lieu ou un environnement pour l'entretien qui contribue à les mettre à l'aise ou à faciliter l'établissement d'un contact. Indiquez clairement

que vous cherchez à comprendre leur expérience et leur perception d'un sujet et pas à obtenir de bonnes ou de mauvaises réponses.

Responsables/« élites »: Vous devez paraître professionnel(le), organisé(e) et préparé(e) lorsque vous interrogez des responsables. Précisez quelle sera la durée de l'entretien et ne posez pas de questions auxquelles vous pourriez aisément trouver les réponses autrement. Ne laissez pas la personne interrogée prendre le contrôle de l'entretien et vous parler en long et en large d'un sujet différent, sans rapport avec votre recherche.

6 Analyse des données

6.1 Données qualitatives

Les données que vous collectez par le biais d'entretiens, de notes, d'enregistrements audio ou vidéo, de photos, de journaux, de documents, etc., doivent être analysées. Le processus de recherche ne doit cependant pas toujours être vu comme une collecte de données suivie d'une analyse de celles-ci. En fait, de nombreux/euses chercheurs/euses analysent leurs données alors qu'ils/elles sont encore en train de les recueillir. **Le processus de recherche qualitative est souvent itératif**, ce qui signifie que la collecte et l'analyse des données s'alimentent et se façonnent mutuellement de façon répétée. Parfois, la conception ou l'orientation spécifique de la recherche peut évoluer en fonction de l'analyse des données collectées durant les premières phases du projet.

A. Codage

Certains extraits d'un texte ou d'un enregistrement audio/vidéo peuvent être codés **manuellement** (en utilisant des surligneurs, des couleurs ou des fiches dans une boîte) **ou** en utilisant un **programme informatique**. Il existe plusieurs programmes qui peuvent aider les chercheurs/euses à organiser et à analyser des données. Les des plus courants sont Atlas.ti ou ELAN (pour les enregistrements audio ou vidéo). ELAN est un programme payant, mais il existe une version d'essai d'Atlas.ti: <http://atlasti.com/fr>. L'essai ne couvre que dix documents, mais il peut être utilisé pendant une durée illimitée.

Les **codes** sont des sujets ou des thèmes. Ils sont utilisés pour aider le/la chercheur/

euse à **classer** et à **comprendre** les entretiens ou **les notes prises sur le terrain**. Les codes peuvent parfois simplement servir à **compter** combien de fois un mot ou une phrase revient. Cependant, c'est moins utile que lorsque les codes sont utilisés pour **interpréter** les données.

Types de codage

Analyse inductive: Les codes peuvent être décidés **au préalable selon une théorie** (vous avez choisi des codes dont vous pensez qu'ils seront utiles à votre recherche).

Analyse déductive: Les codes peuvent **découler des données** (vous choisissez les codes en fonction de ce que contiennent vos données).

Ou vous pouvez utiliser une combinaison des deux approches.

Transcription d'entretiens

Bien que les entretiens puissent être analysés directement à partir de l'enregistrement audio ou vidéo, il est généralement plus facile de commencer par les transcrire. Ceci prend énormément de temps, de sorte que si certains entretiens ne sont pas pertinents pour votre sujet de recherche, ne vous donnez pas la peine de les transcrire!

La transcription doit être une représentation **aussi précise que possible** de ce qui a été dit

(y compris les pauses, les rires, les sons, etc.). Pour ce faire, on utilise certaines **conventions** (par exemple, les points de suspension (...) représentent une pause d'une durée non définie). Le lien suivant (<http://asl.univ-montp3.fr/UE11/norme.pdf> / <http://www.sscnet.ucla.edu/anthro/faculty/duranti/audvis/annotate.htm>) contient une série de conventions, mais il en existe beaucoup. Peu importe celles que vous utilisez, pour autant que vous le fassiez de manière cohérente.

N'oubliez toutefois pas que quelle que soit la « précision » de votre transcription, elle n'est toujours qu'**une représentation brute de ce qui s'est réellement passé** durant l'entretien, étant donné que de nombreux facteurs, comme le ton de la personne interrogée, le moment et le rythme de ce qui a été dit, certains bruits non verbaux, le langage corporel ou l'atmosphère dans la pièce, sont tous porteurs de sens, mais ne peuvent pas être reflétés dans la transcription.

Comment coder?

1. Commencez le processus de codage en vous **familiarisant** avec vos données. Lisez entièrement vos données en détail ou écoutez plusieurs fois vos entretiens.
2. Ensuite, **marquez** les mots, phrases, paragraphes ou extraits qui vous semblent pertinents. Les marques peuvent être des concepts, des processus, des activités ou tout ce que vous jugez pertinent parce que c'est répété, surprenant, en rapport avec une théorie considérée comme importante par une personne interrogée. N'ayez pas peur d'utiliser beaucoup de codes dans un texte. C'est ce que l'on appelle du « codage ouvert ».
3. Relisez les codes que vous avez. **Enlevez** les codes qui ne sont pas pertinents et **regroupez** les codes qui sont liés pour **créer des catégories**. Par exemple, si vous avez les codes « Infrastructure scolaire » et « Installations et taille des classes », vous pouvez les regrouper sous la catégorie « Conditions d'apprentissage ».
4. **Supprimez** les catégories non pertinentes et **déterminez** comment les catégories sont **reliées** entre elles (en veillant à ce que cela fasse référence à votre sujet de recherche et à la littérature sur la question).

Par exemple:

- a est la cause de b
- a fait partie de b
- a est associé à b.

C'est ce que l'on appelle du « codage axial ». Vous pourriez également définir une variable de base à partir de toutes vos données et recommencer à coder

avec celle-ci. C'est ce que l'on appelle du « codage sélectif ».

5. Enfin, les résultats peuvent être **visualisés** et transformés en **figure ou en diagramme**, si cela présente une utilité.

Dans votre rapport, **indiquez clairement comment vous avez procédé au codage**. Si plusieurs chercheur/euses participent à une étude, veillez à ce que des protocoles soient utilisés pour parvenir à **une cohérence entre leurs codes**. Il est important d'avoir un **manuel qui précise clairement quand les codes seront appliqués**. Discutez ensemble des jugements de codage dans le cadre de la formation et d'une **analyse pilote** au sein du groupe de chercheurs/euses avant d'analyser les données de façon indépendante et de tenter d'aligner les jugements de codage.

Cette vidéo explique le processus de codage plus en détail: <https://www.youtube.com/watch?v=DRL4PF2u9XA>

Celle-ci aussi: <https://www.youtube.com/watch?v=7X7VuQxPfpk>

Les résultats du processus de codage peuvent ensuite être interprétés, peut-être en élaborant de nouveaux modèles ou de nouvelles théories. Vérifiez ces interprétations avec d'autres chercheurs/euses ou revenez aux données pour voir si le modèle tient la route.

Analyser les données d'un groupe de discussion

Lorsque vous codez des transcriptions de groupes de discussion, ne partez pas du principe que les données doivent

être traitées de la même façon que pour des entretiens en face-à-face, à la seule différence qu'il s'agit d'intervenant(e)s multiples. En revanche, **prenez le groupe comme unité d'analyse**. Voyez s'il existait un consensus au sein du groupe et si cet accord s'est dégagé rapidement/lentement. Recherchez les idées préconçues, les voix dominantes, « les pensées uniques » qui pourraient avoir influencé les résultats des discussions du groupe.

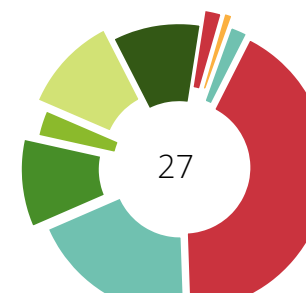
B. Analyse documentaire

Les documents pertinents pour votre étude peuvent **être analysés selon le système de codage** décrit plus haut (6.1.1). Lisez-les pour trouver des informations spécifiques ou analysez-les pour **chercher des thèmes, des mots ou des informations récurrents**. Vous pouvez, par exemple, analyser différentes politiques gouvernementales et publications sur un sujet donné et déterminez quel est le discours du gouvernement et quels sont les sujets négligés.

Voici une vidéo sur le sujet: <https://www.youtube.com/watch?v=5xHLYxeNWXc>

Analyse critique du discours

L'analyse critique du discours est un **modèle particulier d'analyse** utilisé pour montrer qu'un discours sert la justice/l'injustice sociale ou la (non-) discrimination. L'analyse critique de textes montre comment le langage est utilisé pour reproduire certaines relations de pouvoir ou (in)égalités. L'analyse des mots, des images, des phrases, des métaphores ou des éléments de langage est réalisée à différents niveaux et montre ainsi le lien entre le discours et le contexte social.



6.2 Données quantitatives

Dès que vous avez récupéré vos questionnaires papier ou clôturé l'enquête en ligne, il est temps de passer à l'analyse de vos données. Vous trouverez ci-dessous quelques indications sur la manière d'organiser vos données et de les analyser.

1. Organiser les données

Enquête par le biais d'un questionnaire papier: Si vous avez conduit une enquête par le biais de questionnaires papier, vous pouvez utiliser Excel (voir ci-dessous) ou SPSS et vous devez saisir chacun des questionnaires complétés **manuellement**. Ces deux programmes vous permettent de coder et d'analyser vos données ainsi que de créer des graphiques.

Enquête en ligne: Si vous avez préparé votre enquête en utilisant un prestataire de services d'enquêtes en ligne, vous ne devez saisir aucune donnée et vous pouvez facilement générer des graphiques avec l'outil en ligne.

Combinaison d'enquêtes par le biais d'un questionnaire papier et en ligne: Si vous avez également récupéré des questionnaires papier ET que vous ayez utilisé un outil d'enquête en ligne, vous devez saisir toutes les données des questionnaires papier. Pour ce faire, utilisez le lien de l'enquête et faites-vous passer pour un(e) participant(e) à l'enquête (voir Combiner les questionnaires en ligne et sur papier à la section 5.1.1.6).

Pour en savoir plus sur le codage quantitatif: https://www.youtube.com/watch?v=rs8L_xzU2_U

Si vous avez réalisé une enquête par le biais de **questionnaires papier** pour collecter vos données et que vous avez tous les questionnaires devant vous, vous pouvez commencer à organiser vos données dans un tableur Excel. Vous pouvez utiliser Word ou Open Office (un programme libre et gratuit) ou une feuille de calcul SPSS.

Nous vous avons préparé un petit exemple ci-dessous et vous recommandons de regarder la vidéo sur YouTube en suivant le lien: <https://www.youtube.com/watch?v=V4J6xYoKwAo>. Faites toutefois attention au chat 😊!

Enquête par sondage et feuille de données

Q1 *Depuis combien de temps travaillez-vous comme enseignant(e) ?*

R1 a) 1-3 ans b) 4-6 ans
c) 7-9 ans d) plus de 10 ans

Q2 *A quelles années scolaires avez-vous enseigné? (plus d'une réponse possible)*

R2 a) 1 et 2 b) 3 et 4 c) 5 et 6

Q3 *Au travail, quel est votre degré de motivation ? (Une seule réponse)*

R3 très démotivé(e) démotivé(e)
 motivé(e) très motivé(e)

Q4 *Pourquoi êtes-vous démotivé(e) ?*

R4 _____

1) **Elaborez des codes textes courts pour chacune des questions** que vous allez inclure dans la base de données.

Pour des questions simples du style *Depuis combien de temps travaillez-vous comme enseignant(e) ?*, si le participant(e) ne doit cocher qu'une seule réponse, vous pouvez abrégier la question par « **Q1. Enseignement** » (voir tableau Excel ci-dessous, champ B2).

Les questions pour lesquelles les participants peuvent cocher plus d'une réponse, comme *A quelles années scolaires avez-vous enseigné?*, génèrent plus de travail. Vous devez avoir une colonne pour chaque réponse possible. Vous pouvez les abrégier comme suit: **Q2a Années** (pour les années 1 et 2); **Q2b Années** (pour les années 3 et 4); **Q2c Années** (pour les années 5 et 6) (voir le tableau Excel ci-dessous, champ C2-E2).

2) **Elaborez des codes numériques courts pour les participant(e)s.** Attribuez à chaque questionnaire complété/participant un numéro (**ID#**: champ A2). Notez-le sur les questionnaires complétés afin de pouvoir vous y référer ultérieurement.

	A	B	C	D	E	F	G
1	What motivates or demotivates teachers?						
2	ID#	Q1. Teaching	Q2 a Grades	Q2b Grades	Q2c Grades	Q3. Motivation	Q4. Why demotivated
3	1	2	1	2	1	1	1 Not enough salary
4	2	3	1	1	1	2	2 The headteacher doesn't support me.
5	3	4	2	2	1	3	3 I would like to be consulted.
6	4	1	1	1	2	3	3 Not enough salary.

3) **Elaborez des codes numériques courts** pour les réponses.

Questions fermées (questions 1 à 3)

Questions à réponse unique: Pour les questions pour lesquelles les participant(e)s ne peuvent cocher qu'une réponse (questions 1 et 3), attribuez un nombre à chacune d'elles (par ex., 1-3 ans = **1**, 4-6 ans = **2**, etc.) et, selon ce que les participant(e)s ont coché, introduisez ces nombres dans la feuille Excel.

Questions à réponses multiples: Pour les questions pour lesquelles les participant(e)s peuvent cocher plusieurs réponses (question 2), vous devez les coder différemment. Dans cet exemple, pour la question 2 sur les différentes années, nous avons choisi d'introduire un **1** dans la feuille Excel lorsque la réponse a été cochée et **2** lorsque la réponse n'a pas été cochée.

Le/La troisième participant(e) ID#=3 n'a, par exemple, travaillé qu'en 5e et 6e années (voir plus loin). Nous pouvons donc introduire les données suivantes dans le tableau Excel :

Q2a = **2**,

Q2b = **2**,

Q2c = **1**

A quelles années scolaires avez-vous enseigné? (plus d'une réponse possible)

- a) 1 et 2 b) 3 et 4 c) 5 et 6

L'exemple de codage a été élaboré sur la base de cette vidéo YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=yWBXV651yd4>

Questions ouvertes

- 1) Introduisez les questions ouvertes dans votre tableau Excel (voir tableau Excel ci-dessus, colonne G).
- 2) Déterminez les différents thèmes.

L'approche quantitative se rapproche quelque peu de l'approche qualitative et le/la chercheur/euse doit parfois interpréter les réponses tout en les classant et en les rangeant sous différents thèmes.

Dans l'exemple visuel ci-dessous, nous avons relevé (Chapitre 6.1 Codage/ Analyse déductive) trois thèmes récurrents différents pour la question Pourquoi êtes-vous démotivé(e)? les

chef(fe)s d'établissements, la participation et le salaire. Ici, la tâche était facile parce que la taille de l'échantillon était assez réduite. **Si vous avez affaire à un échantillon plus grand, il peut être utile de déterminer les thèmes en n'examinant qu'une partie des réponses.** Nous recommanderions de ne pas utiliser trop de catégories et de se limiter peut-être à 10. Vous pouvez coder le reste comme *Autres = 0*.

L'exemple de codage a été élaboré sur la base de cette vidéo YouTube:

- 3) Groupier et compter les données.
- 4) Réalisation de visuels.

Etape 1: encoder

Responen	
1 Not enough salary	s
2 The headteacher doesn't support me.	h
3 I would like to be consulted.	p
4 With the money I get I cannot survive.	s
5 Policies are imposed.	p
6 The headteacher doesn't organise CPD	h
7 Salary.	s

Etape 2: thèmes

Themes	Codes
Salary	s
Headteacher	h
Participation	p

Etape 3: compter

Statistics	
Frequency	
Salary	3
Headteacher	2
Participation	2
Total	7

Etape 3: compter

Proportion	
Salary	43%
Headteacher	29%
Participation	29%
Total	100%

Etape 4: réalisation de graphes

Why do you feel demotivated?

Legend: Salary (blue), Headteacher (orange), Participation (grey)

Organiser les données: PSPP

PSPP est un logiciel libre et gratuit qui peut vous aider à visualiser vos données. Il est similaire au programme SPSS très coûteux et vous pouvez même utiliser certains didacticiels SPSS pour élaborer votre série de données avec PSPP.

Ce logiciel peut être téléchargé ici: <https://www.gnu.org/software/pspp/tour.html#visualisation>.

et le manuel est disponible sur: <https://www.gnu.org/software/pspp/manual/>.

2: Visualiser les données

L'étape suivante consiste à visualiser et à analyser vos données. C'est une étape importante dans la mesure où **les graphiques influenceront la manière dont le lecteur interprétera les résultats.**

Sur le site Internet ci-dessous, vous trouverez des informations utiles et des modèles montrant comment générer certains des tableaux présentés ci-après:

<https://zapier.com/learn/ultimate-guide-to-forms-and-surveys/design-analyze-survey/#analyze>

Visualiser les données: Tableaux de fréquence/graphiques

Pour commencer, vous pouvez préparer des graphiques et des tableaux de fréquence montrant **le nombre de réponses en chiffres et en pourcentages**. Pour les données ordinales (Q3), des diagrammes en bâtons avec une base de référence commune constituent une bonne manière de visualiser les résultats.

Quelques exemples:

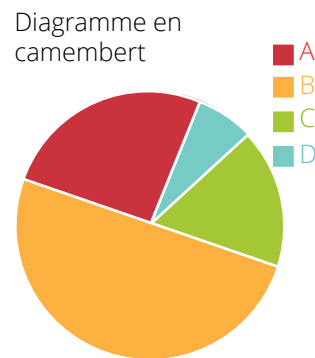
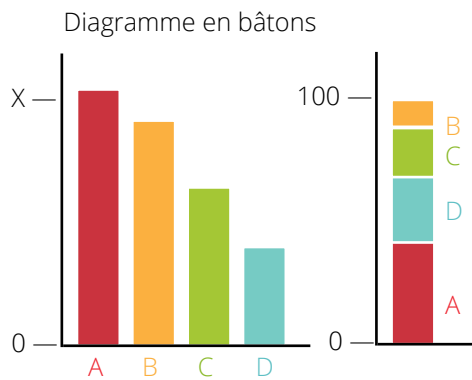


Diagramme en bâtons (base de référence commune)

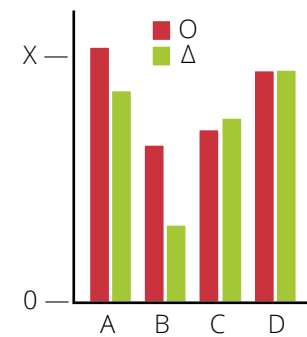


Tableau de fréquence

salaire	3	43%
Chef(fe) d'éta- blissement	2	29%
participation	2	29%
TOTAL	7	100%

Visualiser les données: Tableau de contingence

Les tableaux et graphiques de données générés dans les exemples ci-dessus reposent sur l'ensemble du groupe des répondants. **Cependant, en fonction des objectifs de votre étude, vous pourriez vouloir savoir en quoi les réponses des enseignantes et des enseignants ou celles d'enseignant(e)s plus ou moins expérimenté(e)s diffèrent.** Après avoir classé vos données en catégories (par ex., expérience, genre), vous pouvez, par exemple établir un tableau de contingence (tableau croisé).

Exemple:

Pourquoi êtes-vous démotivé(e) ?	Enseignants	Enseignantes	Total
Salaires	2 28,5 %	1 14%	3 43%
Chef(fe) d'établissement	1 14,25 %	1 14,25%	2 28,5 %
Participation	2 28,5 %	0 0%	2 28,5 %
TOTAL	5	2	7 /100 %

3: Interpréter les résultats de l'enquête

On peut effectuer de nombreux calculs statistiques complexes pour interpréter les résultats numériques des enquêtes. Si vous utilisez un des services d'enquête en ligne, vous trouverez des explications complémentaires sur leur page Internet et vous pouvez aussi trouver des informations en ligne pour Excel. Voici quelques éléments plus généraux à garder à l'esprit :

- 1) **Concentrez-vous sur les différences vraiment importantes et sur les éléments saillants et n'oubliez pas que chaque méthode produit des erreurs.** Par conséquent, si une personne donne une réponse très différente, cela pourrait aussi signifier qu'elle a commis une erreur.
- 2) **Soyez prudent(e) avec les généralisations** étant donné que la plupart du temps, vous n'aurez probablement pas interrogé suffisamment de personnes pour représenter l'ensemble de la population (par ex., tou(te)s les instituteurs/trices du Ghana).

Réflexivité/positionnement dans l'analyse des données

La réflexivité est aussi importante lors de l'analyse des données que pendant la collecte des données. **Soyez conscient(e) du fait que vos conclusions sont influencées par votre identité et par les données. Faites preuve d'esprit critique vis-à-vis de votre propre analyse et mettez vos propres conclusions en doute. Demandez-vous si c'est réellement ce qui doit être conclu des données ou si c'est une conclusion que vous projetez sur les données. Vous pouvez aussi vérifier votre interprétation auprès de la personne interrogée, de vos collègues et/ou d'une personne extérieure pour voir si vous avez mal interprété quelque chose.**

6.3 Fiabilité et validité

Une recherche quantitative et qualitative doit être réalisée de façon systématique et transparente et pas de manière ad hoc.

La qualité d'un projet de recherche repose sur sa capacité à décrire et à expliquer un phénomène de manière fiable, rigoureuse et défendable. **La triangulation peut également contribuer à renforcer la qualité des conclusions.** En d'autres termes, un sujet de recherche est analysé sous de multiples angles afin de montrer la cohérence entre les données. **Il est également important de faire preuve de transparence quant à la manière dont vous avez choisi les participant(e)s, au nombre de personnes qui ont pris part à votre étude et à la façon dont vous avez collecté et analysé les données.**

Corrélation ou causalité

Une recherche commandée par des syndicats est souvent axée sur les avis de leurs membres. Dans ce cas, la recherche ne peut qu'aboutir à des conclusions corrélationnelles. Cela n'affecte pas la validité de la recherche, mais il importe de savoir que l'on ne peut avancer des arguments de causalité.

Corrélation:

Il y a corrélation lorsqu'une variable est corrélée avec une autre. Par exemple, une enquête réalisée auprès des membres d'un syndicat peut montrer qu'il existe une forte corrélation entre des enseignant(e)s ayant un sentiment élevé d'efficacité personnelle et les enseignant(e)s qui participent régulièrement à des cours de formation professionnelle continue (FPC).

Causation:

Il y a causalité lorsque la recherche montre qu'une variable est la cause d'une autre variable (par ex., fumer provoque le cancer). Le lien entre la FPC et l'efficacité personnelle des enseignant(e)s n'est pas un lien de causalité parce que, bien que ce soit très probable, il n'est pas nécessairement vrai que les enseignant(e)s ayant un sentiment élevé d'efficacité personnelle aient ce sentiment du fait même de la

FPC qu'ils/elles ont suivie. Le sentiment d'efficacité personnelle pourrait avoir été causé par une variable totalement différente (par ex., d'excellent(e)s tuteurs/trices ou un(e) chef(fe) d'établissement qui les soutient). Il se pourrait également que les enseignant(e)s qui ont déjà un fort sentiment d'efficacité personnelle soient ceux/celles qui se sont inscrit(e)s à des cours de FPC.

La causalité peut être démontrée par des essais scientifiques. Cependant, il est aujourd'hui largement admis qu'une recherche qualitative peut également proposer d'autres explications causales grâce à une compréhension des significations, des contextes et des processus (par ex., des entretiens avec des enseignant(e)s, l'observation de FPC et de la pratique des enseignant(e)s et l'examen d'autres variables possibles affectant l'efficacité personnelle pourraient déterminer, au-delà de tout doute raisonnable, les conditions expliquant quand, comment et pourquoi une FPC régulière peut créer un sentiment d'efficacité personnelle).

7 Ethique de la recherche

L'éthique est un élément crucial de la recherche. Vous devez choisir une méthode pour protéger vos sources et faire preuve de transparence dans vos processus. Cet élément revêt une importance particulière lorsque votre recherche porte sur un sujet sensible. Il convient de discuter de l'éthique de la recherche avec votre université. Elle disposera d'un comité d'éthique et de procédures établies.

7.1 Consentement éclairé

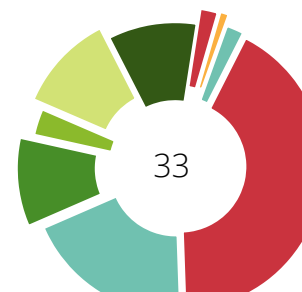
En fonction du contexte, le consentement peut prendre diverses formes.

Les formulaires de consentement écrit signés par les participant(e)s sont la forme la plus courante. Ce document devrait comprendre, à tout le moins, les éléments suivants:

- une ébauche de votre sujet de recherche;
- ce que vous attendez du/de la participant(e) (par ex., heures d'engagement, etc.);
- les engagements que vous prenez en tant que chercheur/euse envers les participant(e)s (par ex., anonymat, promesse de partager les résultats de la recherche avec les participant(e)s, etc.);
- le fait que le participant peut se retirer de la recherche à tout moment, s'il/elle le souhaite;
- les coordonnées du/de la chercheur/euse; et
- les coordonnées d'une autre personne que le/la participant(e) peut contacter pour discuter de ses droits en tant que participant(e).

Un consentement oral est également possible si le contexte s'y prête (par ex., si les participant(e)s sont analphabètes ou si le fait de demander aux participant(e)s de signer un document devait les rendre méfiant(e)s à votre égard).

Le consentement éclairé des parents ou tuteurs/trices est souvent imposé par la loi lorsque vous traitez avec des mineur(e)s. Cependant, conformément à la Convention relative aux droits de l'enfant, les enfants devraient aussi avoir le droit de choisir pour les questions les concernant. Ne partez pas du principe que le consentement d'un parent ou d'un(e) tuteur/trice signifie que l'enfant veut participer à la recherche. Assurez-vous que l'enfant sache qu'il peut se retirer à tout moment de la recherche s'il le souhaite. Si vous avez affaire à de jeunes enfants, soyez attentif(ve) aux signaux physiques qu'ils vous envoient pour dire qu'ils veulent ou ne veulent pas poursuivre la recherche.



7.2 Anonymat

Il est impératif de réfléchir soigneusement à **la manière d'assurer l'anonymat de l'école ou du/de la participant(e) impliqué dans votre recherche**. Même si le nom de l'école ou du/de la participant(e) n'est pas cité (des pseudonymes sont souvent utilisés), la taille de l'échantillon doit être suffisamment grande ou d'autres détails (mais pas des variables essentielles à la recherche) doivent aussi être omis ou modifiés pour garantir que l'identité de l'école ou du/de la participant(e) reste anonyme (voir la section sur l'anonymat ci-dessous).

Réfléchissez, par exemple, à **la quantité de détails que vous pouvez donner sur l'école et sa localisation** sans qu'elle soit identifiable (pour divers publics, y compris ceux appartenant à la communauté). Soyez particulièrement prudent(e) si vous utilisez des photographies dans votre recherche. Il peut aussi être nécessaire de **modifier des détails sur les participant(e)s**, comme l'âge ou le genre, mais uniquement si ces variables ne sont pas importantes pour vos conclusions. Demandez-vous s'il est également nécessaire d'assurer l'anonymat au sein de l'école. Par exemple, si certain(e)s enseignant(e)s critiquent la direction, assurez-vous que votre échantillon d'opinions d'enseignant(e)s soit suffisamment grand pour que ces enseignant(e)s ne puissent pas être identifiés par les chef(fe)s d'établissement.

Dans certains cas, les écoles/participant(e)s veulent vraiment que leur nom soit rendu public. Cette publicité peut être impossible lorsque d'autres participant(e)s à la même étude souhaitent rester anonymes. Cependant, même si tel n'est pas le cas, il peut aussi être nécessaire de se demander si la divulgation

de l'identité des participant(e)s à la recherche pourrait mettre en danger ces participant(e)s ou d'autres personnes.

7.3 Ne pas porter préjudice

Une bonne recherche ne devrait jamais se faire au détriment de la sécurité des participant(e)s ou du/de la chercheur/euse. Réfléchissez au danger que pourraient courir vos participant(e)s ou au préjudice qui pourrait leur être porté (y compris sur le plan psychologique) du fait de votre recherche. Reconnaissez que la participation à votre étude pourrait perturber ou ébranler la vie quotidienne de vos participant(e)s. Réfléchissez à l'impact que votre recherche peut avoir sur la carrière d'un(e) enseignant(e), par exemple.

7.4 Participation

Le cas échéant, **la recherche peut être réalisée conjointement avec les participant(e)s**. Cela garantit que la recherche ne consiste pas seulement à tirer des informations des participant(e)s, mais qu'elle est également façonnée par eux/elles. Les participant(e)s pourraient prendre part à la conception de la recherche, être consultés sur l'adéquation du cadre théorique ou formuler des commentaires sur les résultats de la recherche à mesure qu'ils apparaissent.



8 Rédaction de rapports

Ce chapitre vous donne des conseils sur ce que doit contenir un rapport de recherche et sur les éléments qui devraient, à tout le moins, être examinés dans des notes conceptuelles.

8.1 Différent chapitres

Table des matières: les éléments qui doivent être pris en compte:

- clarté, facilité à suivre la logique
- numérotation des titres/sections : 1, 1.1, 1.2, ...
- pour les longs documents, il est plus facile d'avoir recours à une table des matières automatique:
 - Microsoft Word: <http://guides.lib.umich.edu/c.php?g=283073&p=1886010>
 - Open Office (programme gratuit): http://www.openoffice.org/fr/Documentation/How-to/writer/tdm05_afr.pdf

1) Introduction

« Exposez clairement votre thèse et l'objet de votre document de recherche. Quelle est la raison majeure pour laquelle vous rédigez le document? Indiquez également comment vous envisagez d'aborder votre sujet. S'agit-il d'un rapport factuel, d'une critique littéraire, d'une comparaison ou d'une analyse d'un problème? Expliquez brièvement les principaux éléments que vous envisagez de couvrir dans votre document et pourquoi le sujet devrait intéresser le lecteur. » <http://www.aresearchguide.com/1steps.html>

- Il inspire, montre le chemin, donne des orientations ou une introduction.
- L'objet et les buts de la recherche
- Les questions de la recherche
- Votre point de vue

2) Analyse documentaire/Cadre théorique (voir chapitre 4)

- Situez votre recherche par rapport aux recherches existantes ou similaires sur votre sujet.
- Fournissez des informations de fond sur le contexte spécifique du pays de votre sujet de recherche.
- Définissez votre compréhension des concepts/thèmes majeurs de votre recherche

3) Exposé du problème et questions de recherche

- Exposé du problème: ajoutez pourquoi la recherche planifiée est importante et ce que vous souhaitez accomplir au travers de votre recherche.
- Questions de recherche: quelles questions posez-vous pour résoudre le problème ou contribuer à mieux l'appréhender?

Numéro de page

précédente	actuelle	suyvante
-1	35	+1

4) Cadre méthodologique

- Le processus de recherche, échantillonnage, données et méthodes de collecte des données
- Calendrier de recherche et manière de procéder
- Description de l'analyse
- Transparence

➔ Quelles sont les données qui peuvent vous aider à répondre à la question de recherche? Si tel est le cas, pourquoi cherchez-vous d'autres types de données?

Par exemple: *Cette étude utilise des données quantitatives/qualitatives parce que...*

*Les questionnaires d'enseignant(e)s, l'observation des classes, les documents du gouvernement... aident à...
Il importe également d'utiliser/ de faire... parce que...*

➔ Comment collectez-vous les données?

Par exemple: Observation de terrain
➔ *fiche d'observation, axée sur un nombre limité d'éléments que vous voulez observer.*

Questionnaire
➔ *imprimé/en ligne*

➔ Comment analysez-vous les données?

Par exemple: *Dressez la liste des outils d'analyse, de codage, de triangulation des données.*

5) Conclusions de la recherche

Vous documentez les principales conclusions de votre recherche. Cette partie doit être aussi neutre que possible et plus descriptive. Vous devriez disposer les graphiques tout au long de l'explication de sorte que /la lecteur/trice puisse suivre ce qui se passe. Le cas échéant, utilisez une clé et veillez à ce que tout soit clair pour quelqu'un qui lirait le rapport sans posséder de connaissances préalables.

- Structurez, présentez et justifiez bien les résultats.
- Exemples, extraits, tableaux, dessins.
- Quels sont les éléments nouveaux?

6) Discussion

Il s'agit de la partie la plus interprétative de votre analyse, dans laquelle vous pouvez approfondir les conclusions. C'est là que vous jetez les bases des actions ultérieures de plaidoyer. Vous expliquerez ce que les données de l'enquête signifient et vous développerez votre thèse.

- Combinez avec des discussions plus vastes (par ex., privatisation croissante de l'éducation, conditions de travail des enseignant(e)s).
- Discutez des résultats/conclusions de façon plus approfondie – conséquences.

7) Résumé et conclusion

Résumez votre recherche et les grandes conclusions et incluez ici des suggestions de recherches futures.

8.2 Citations

- Les références sont indiquées entre parenthèses dans le texte. N'utilisez pas de notes de bas de page!
- Des instructions détaillées sur les citations dans le texte sont disponibles sur: <http://guides.bib.umontreal.ca/disciplines/20-Citer-selon-les-normes-de-l-APA?tab=108/> (voir le Manuel de publication APA, chapitre 6, Mention des sources).
- Nota Bene: A la différence de l'APA, la numérotation des pages doit être utilisée pour toute référence et pas uniquement dans les citations directes.
- La référence entre parenthèses doit contenir le nom de l'auteur, l'année de publication et la/les page(s) où le texte se trouve, par exemple (Kolb, 1984, p. 27).
- Votre référence doit correspondre à votre bibliographie.
- S'il existe cinq auteurs ou moins pour une source, tous les auteurs doivent être cités.
- S'il y a plus de cinq auteurs, tous les auteurs sont cités la première fois. Par la suite, seul le premier auteur est cité, suivi de la mention « et al. ».
- Si la même source est citée plusieurs fois, la source peut être indiquée comme suit: (ibid.).
- TABLEAUX/FIGURES.

Cette vidéo pourrait vous être utile:
<https://www.youtube.com/watch?v=t8zLsmloFhc>

8.3 Annexes

- Dans la section *Conclusions de la recherche*, vous ne devez citer que des exemples de vos données qui soutiennent votre argument. Dans la section Annexes, vous pouvez dresser la liste de toute votre série de données.



8.4 Aide supplémentaire

1) En suivant le lien ci-après, vous trouverez des exemples montrant comment rédiger un bon document de recherche ainsi que des listes de contrôle utiles: <http://www.aresearchguide.com/1steps.html>

2) Sur cette page (voir le lien ci-dessous), vous trouverez d'autres informations utiles sur différentes parties de votre recherche: méthodes, résultats, différences entre résultats et discussion, conclusion, etc.:

http://www.ldeo.columbia.edu/~martins/sen_sem/thesis_org.html

3) En suivant les liens ci-dessous, vous aurez accès à différents sites expliquant comment bien rédiger un article scientifique:

<http://www.monash.edu.au/lls/llonline/writing/general/academic/4.1.xml>

https://www.umuc.edu/writingcenter/writingresources/paragraph_struc.cfm

<https://thesistips.wordpress.com/2012/02/05/say-what-the-heck-is-a-paragraph-anyway/>

CHECKLIST ONE:

1. Is my thesis statement concise and clear?
2. Did I follow my outline? Did I miss anything?
3. Are my arguments presented in a logical sequence?
4. Are all sources properly cited to ensure that I am not plagiarizing?
5. Have I proved my thesis with strong supporting arguments?
6. Have I made my intentions and points clear in the essay?

Re-read your paper for grammatical errors. Use a dictionary or a thesaurus as needed. Do a spell check. Correct all errors that you can spot and improve the overall quality of the paper to the best of your ability. Get someone else to read it over. Sometimes a second pair of eyes can see mistakes that you missed.

Source: www.aresearchguide.com

CHECKLIST TWO:

1. Did I begin each paragraph with a proper topic sentence?
2. Have I supported my arguments with documented proof or examples?
3. Any run-on or unfinished sentences?
4. Any unnecessary or repetitious words?
5. Varying lengths of sentences?
6. Does one paragraph or idea flow smoothly into the next?
7. Any spelling or grammatical errors?
8. Quotes accurate in source, spelling, and punctuation?
9. Are all my citations accurate and in correct format?
10. Did I avoid using contractions? Use "cannot" instead of "can't", "do not" instead of "don't"?
11. Did I use third person as much as possible? Avoid using phrases such as "I think", "I guess", "I suppose"?
12. Have I made my points clear and interesting but remained objective?
13. Did I leave a sense of completion for my reader(s) at the end of the paper?

Source: www.aresearchguide.com

9 Stratégie de communication

Communiquer les résultats de votre recherche de manière forte est assez similaire à préparer un repas mémorable pour vos invité(e)s. Cela commence par la volonté d'adapter le menu aux goûts des invité(e)s avant d'assembler les ingrédients et d'exécuter un plan – ou une « recette » – pour que les ingrédients se combinent avec succès.

Pour bien communiquer, il faut d'abord comprendre à qui vous voulez faire « consommer » l'information, qui peut en tirer le meilleur profit et transmettre les informations que vous fournissez à un autre public.

Dressez l'inventaire de votre cuisine de communication! Mais au lieu de compter les épices et les spatules, **énumérez toutes les méthodes de communication qui s'offrent à vous**, de la plus simple à la plus complexe. Facebook, Twitter et les réseaux sociaux spécifiques à votre localité, bien sûr. Mais pourquoi pas des SMS? Des MMS? Etes-vous en mesure d'enregistrer et d'envoyer une petite vidéo?

Dressez une **liste de toutes les stations de radio et de télévision de votre région et de tous les journaux**. N'oubliez pas les sites d'actualité et les blogs. Pouvez-vous emprunter la liste de quelqu'un? Eventuellement avec une liste de noms et de coordonnées de contact. N'oubliez pas le niveau national et international. Si vous

suivez un canal d'informations et pensez qu'il pourrait être intéressé, incluez-le dans la liste. Soyez ambitieux/euse!

Mais commencez à une petite échelle et intelligemment. **Les études ont montré que la méthode de communication la plus efficace et la plus crédible est le « bouche-à-oreille »**, donc vos premières cibles sont les personnes les plus proches de vous, que vous pouvez atteindre par le biais d'une conversation et de contacts personnels et qui peuvent, à leur tour diffuser l'information à leurs propres contacts.

Ce sont les ingrédients « Qui » de la communication. Passons maintenant au « Quoi ».

Une communication réussie commence par un message. Vous êtes très fier/fière des informations et des statistiques détaillées de votre produit de recherche, mais rares sont ceux qui ont le temps d'atteindre ce niveau de connaissance ou qui en ont envie. Imaginez que vous avez une conversation courante et que vous disposez de 30 secondes pour expliquer votre recherche et son intérêt. Ces 30 secondes – voire peut-être une version de 15 secondes – sont votre message. Et votre message est l'ingrédient constant et critique de toute communication, qu'il s'agisse d'un appel téléphonique à un(e)

ami(e) ou d'une interview sur une chaîne de télévision nationale.

Rédigez votre message, imprimez-le, partagez-le avec d'autres personnes de votre projet, mémorisez-le, **utilisez-le comme fondement de toute communication**, en commençant par un communiqué d'une page au maximum. Destiné essentiellement aux canaux d'information, le communiqué est envoyé et suivi dans les 24 heures par un appel ou une visite au canal d'information, en proposant un dernier élément essentiel du menu de la communication: votre personnalité.

Votre recherche est imprimée ou numérisée sur un écran. Mais une communication efficace dans les médias requiert une touche humaine, la personne désireuse, capable et habilitée à représenter le travail et à l'incarner dans des entretiens, des séminaires, des présentations, des citations et cette interview capitale avec la BBC. Lancez-vous!

Comment utiliser efficacement une recherche pour soutenir des campagnes et des actions de plaidoyer? Un exemple de l'Internationale de l'Éducation (IE).

(voir page suivante)

En 2015, *la résolution 1.1 sur la privatisation et la commercialisation de l'éducation* a reçu un soutien unanime lors du Congrès mondial de l'IE et a ouvert la voie à la réponse globale à la marchandisation de l'éducation.

La réponse globale de l'IE vise à canaliser l'énergie et l'influence collective du mouvement syndical afin de plaider contre l'extension de la recherche de profit dans l'éducation, en particulier lorsqu'elle menace le droit universel à une éducation gratuite de qualité, sape les conditions de travail et les droits des travailleurs/euses de l'éducation et porte atteinte à la prise de décisions démocratiques et à la responsabilité publique en matière de gouvernance de l'éducation. Elle offre l'occasion de mener une action de solidarité coordonnée dans les pays et entre les pays, ainsi qu'au niveau mondial.

L'un des domaines de travail prioritaires sont les modèles d'écoles à but lucratif promus par des entreprises d'éducation cherchant à tirer profit de la vente de services privés d'éducation dans l'hémisphère sud en exploitant les enseignant(e)s et les familles et dont le développement des activités échappe souvent au contrôle des États.

A cet égard, une recherche récente de la Réponse globale est le rapport intitulé *Schooling the Poor Profitably: the Innovations and Deprivations of Bridge International Academies (BIA) in Uganda*, rédigé par Curtis Riep et Mark Machacek. Ce rapport dévoile comment les écoles privées à but lucratif et à faibles droits d'inscription de Bridge sapent l'accès à une éducation de qualité en Ouganda.

Cette recherche a servi à soutenir des actions de plaidoyer. Le lancement du rapport a été organisé le 5 octobre 2016 afin de coïncider avec un événement politique et public majeur de l'organisation membre de l'IE, l'UNATU, à savoir la Journée mondiale des enseignant(e)s. L'événement a réuni quelque 3.500 enseignant(e)s et d'autres éminent(e)s invité(e)s et responsables politiques, dont le Président de l'Ouganda et le ministre de l'Éducation.

Les conclusions du rapport ont été explicitement transformées en revendications sous la forme d'une déclaration commune de l'IE, de l'UNATU, d'organisations sœurs et d'organisations de la société civile. La déclaration a été lue lors de l'événement de lancement du rapport par la direction de l'UNATU. Ensuite, un représentant de l'IE a présenté les conclusions du rapport au Président et au ministre de l'Éducation, en soulignant la mesure dans laquelle l'éducation dispensée par Bridge en Ouganda s'écarte des normes légales et éducatives fixées par le gouvernement.

Avant cet événement, l'UNATU a organisé une conférence de presse devant un public nombreux, au cours de laquelle un dossier de presse (conclusions principales, communiqué de presse et copie du rapport) a été distribué aux journalistes.

Le rapport a été publié sur Twitter, Facebook, le site Internet de l'IE ainsi que dans des bulletins d'information et il a été transmis à des listes de diffusion. Des médias nationaux et internationaux ont été contactés pour les

informer de la publication du rapport. Plusieurs universitaires ont été invités à donner leur avis sur le sujet de la recherche. Le rapport sera suivi par la publication de recherches supplémentaires sur le même sujet dans un autre contexte : la menace que représente Bridge pour une éducation de qualité au Kenya.

L'inclusion d'un événement public/médiatique dans le cadre de la stratégie de plaidoyer basée sur la recherche est capitale. Bien que ce ne soit pas toujours chose aisée lorsqu'il manque une accroche évidente, insister sur un événement public/médiatique est important pour les raisons suivantes. Tout d'abord, cela permet de sortir la discussion ou le débat des quatre murs des salles de réunion pour l'amener dans le domaine public. Ensuite, cela contribue au renforcement des capacités et, enfin, cela renforce les alliances et développe l'unité autour d'un objectif commun. Les événements publics/médiatiques permettent également de susciter une solidarité internationale grâce aux médias traditionnels et aux réseaux sociaux.



ANNEXE 1

Voici un exemple de fiche distribuée aux assistant(e)s de recherche dans le cadre d'un projet de recherche sur les conditions de travail dans des écoles privées. Elle rappelle aux assistant(e)s ce qu'ils/elles doivent prendre en considération avant de se rendre dans les écoles et durant leur visite ainsi que ce qu'ils/elles doivent faire ensuite.

Préparation:

Chaque école à visiter peut se voir attribuer un numéro (par ex., 1, 2, 3).

Les assistant(e)s de recherche pourraient déjà rassembler des informations sur l'école avant de prendre contact avec le/la chef(fe) d'établissement et de se rendre dans l'établissement.

Communication avec les écoles dans lesquelles une collecte de données sera réalisée:

Expliquez l'objet de l'étude et demandez une brève entrevue avec le/la chef(fe) d'établissement pour parler de l'histoire de l'école et distribuer le questionnaire à 3 enseignant(e)s (20 minutes). Informez-les que l'étude est confidentielle. L'école et les enseignant(e)s ne seront pas identifiés.

Fixez un jour/une heure et demandez que les enseignant(e)s qui seront interrogé(e)s soient prévenu(e)s.

Confirmez la visite de l'école deux jours à l'avance (pour vous assurer que la date

convient toujours pour l'école et que les personnes seront prêtes à vous recevoir). Confirmer l'heure de votre arrivée et de votre réunion avec le/la chef(fe) d'établissement.

Arrivée:

Entretenez-vous brièvement avec le/la chef(fe) d'établissement. [La formation devrait passer en revue les questions à poser au/à la chef(fe) d'établissement et les autres informations qui devraient être recueillies pour la fiche de contact avant et pendant la visite.]

[Si l'entretien se déroule bien et que vous avez établi un bon rapport, vous pourriez demander l'autorisation de prendre des photos de l'école.]

Organisez la distribution et la collecte des questionnaires complétés auprès des enseignant(e)s pendant votre visite. Assurez-vous que les questionnaires ont été complétés avant de quitter le site.

Après la visite:

Complétez la fiche de contact, y compris toute observation que vous auriez faite sur l'école, la visite dans son ensemble, etc.

Inscrivez des codes d'identification sur chacun des questionnaires complétés, à savoir le code de l'école, suivi d'un trait d'union et du numéro du questionnaire (par ex., 1 – 1 serait le premier questionnaire

de l'école 1, 1 – 2 serait le deuxième questionnaire de l'école 1, etc.).

Appelez votre directeur/trice de recherche pour l'informer du déroulement de la visite, de tout problème éventuel pour accéder aux personnes et dites-lui si les questionnaires semblent dûment complétés. Tout problème (par ex., des questions qui n'étaient pas claires dans le questionnaire) doit être mentionné afin de le résoudre. Si votre directeur/trice de recherche pense que ces problèmes peuvent se reproduire avec d'autres chercheurs/euses, il/elle peut transmettre les « solutions » lors de sa prochaine conversation avec les chercheurs/euses ou en leur adressant un courrier électronique général.

Autres considérations:

Durant la formation, passez en revue avec les chercheurs/euses les scénarios « problématiques » potentiels et la manière d'y réagir sur le terrain, comme un(e) chef(fe) d'établissement ou des enseignant(e)s réticent(e)s ou résistant(e)s, le manque de temps, une arrivée tardive à l'école, etc. Réfléchissez avec les chercheurs/euses à ce qui pourrait mal se passer et élaborer ensemble des protocoles.

Le fichier Word est téléchargeable ici: https://download.ei-ie.org/Docs/WebDepot/ResearchToolkit_request_for_proposals_1.docx

ANNEXE 2

Intitulé du projet de recherche: **[ajouter titre]**

Enoncé de l'objectif

Ajoutez pourquoi la recherche prévue est importante de façon générale et plus spécifique pour la communauté éducative et ce que vous souhaitez atteindre avec ce projet (combler une lacune de recherche ou d'information sur un sujet sous-étudié, donner la parole à la profession enseignante, contester des recherches/perceptions/connaissances existantes, étayer une argumentation en vue d'actions de plaidoyer, etc.).

Objectifs spécifiques de la recherche:

Indiquez ce que la recherche devrait approfondir (par ex., des phrases comme: identifier..., comparer..., examiner d'un œil critique..., décrire..., analyser...).

Portée et ampleur du travail:

La recherche devrait porter sur les sujets mentionnés dans les objectifs de recherche ci-dessus. Le projet de recherche sera un(e) ... [ajoutez, par ex., une analyse documentaire, une recherche de terrain] qui prendra en considération ... [ajoutez, par ex., s'il doit s'agir d'une étude nationale ou si elle doit tenir compte de régions spécifiques ou du point de vue de groupes particuliers de personnes].

Éléments à livrer/Résultats:

- Ajoutez quels produits ou soutien supplémentaire vous attendez de la recherche (par ex., longueur du rapport final, à quoi ressemblera le rapport provisoire).
- Voulez-vous que le/la chercheur/euse publie des articles sur un blog ou rédige des articles de presse ou donne des interviews à la radio?
- Devra-t-il/elle présenter la recherche quelque part?
- Attendez-vous du/de la chercheur/euse qu'il/elle coopère avec un autre membre de votre syndicat, par ex. un(e) enseignant(e)/chercheur/euse?

Informations générales sur [nom de votre syndicat]

Donnez des informations générales sur votre syndicat.

Politiques relatives à [indiquez le thème de votre projet de recherche]

Précisez si ce projet de recherche fait partie d'une campagne plus vaste et ce que vous envisagez de faire avec cette recherche si elle répond aux critères fixés (par ex., actions de plaidoyer, lancement public).

Année: [ajouter année]

Documents d'orientation/de campagne

- [si possible, ajoutez des liens ou des documents en annexe]

Termes du contrat:

Le contrat devrait durer [précisez le nombre de mois/années]. Le/La contractant(e) aura des contacts avec [indiquez le nombre ou votre syndicat] sur l'état d'avancement de la recherche. La recherche sera confidentielle entre [indiquez un nom ou votre syndicat] et le/la contractant(e) jusqu'à sa publication.

Budget: [indiquez le montant disponible]

Calendrier des paiements:

- 33 % à réception d'une note conceptuelle et d'un contrat signé
- 33 % à réception du rapport provisoire
- 33 % à réception du rapport final [indiquez combien de pages vous attendez]

Préparation d'une proposition:

Les chercheurs/euses intéressé(e)s sont invité(e)s à présenter une proposition de [précisez le nombre de mots, par ex. 2.000] mots en anglais expliquant l'approche de recherche, la méthodologie, les activités et

le budget [retirez le budget si vous disposez d'un budget fixe] au plus tard le [ajoutez la date] à [indiquez le nom et l'adresse électronique/le numéro de fax/l'adresse postale].

Le fichier Word est téléchargeable ici:
https://download.ei-ie.org/Docs/WebDepot/ResearchToolkit_request_for_proposals_1.docx

Processus d'évaluation:

Les propositions seront examinées par [ajoutez un nom ou un département] et le/la candidat(e) retenu(e) sera informé(e) au plus tard le [ajoutez la date].

Liste de contrôle pour la note conceptuelle: [adaptez à votre étude]

- Inclure le cadre conceptuel
- Méthodologie quantitative et/ou qualitative
- Nombre de sites couverts
- Nombre approximatif d'enquêtes et d'entretiens
- Dates pour les rapports d'étape
- Plan/calendrier du projet
- Ventilation du budget
- [ajoutez les objectifs qui sont les plus importants pour vous et qui sont particuliers dans votre contexte spécifique] (par ex., diversité linguistique, égalité de représentation)



A watercolor illustration of a mountain landscape. The scene features a prominent, pointed mountain peak in the background, rendered in soft, muted tones of green and blue. In the foreground, a river flows through a valley, its banks lined with green fields and grasses. The overall style is soft and painterly, with visible brushstrokes and a gentle color palette.

Internationale de l'Éducation

De la recherche au plaidoyer

**Guide pour la planification, la réalisation
et la diffusion efficaces d'une recherche**



Education International
Internationale de l'Éducation
Internacional de la Educación