

**Sophie Alami, Dominique Desjeux, Isabelle Garabau Moussaoui. Les méthodes qualitatives. Paris cedex 14 : Presses universitaires de France. ISBN 9782130817154. 128p (2019) (CR. UAB 2) (106-108p)**



Ce recueil d'essais en français de Sophie Alami, Dominique Desjeux, Isabelle Garabau constitue un condensé de connaissances scientifiques sur les méthodes qualitatives. Bien que centré sur une variété d'enquêtes appliquées de terrain, l'ouvrage relate le fruit d'une recherche menée par trois chercheurs abordant la liaison entre l'exploration méthodologique, la découverte intellectuelle et le passage à l'action.

Trois objectifs tracés dans cet ouvrage ; le premier est de fournir une aide aux sociologues et anthropologues pour un triptyque : temps, budget et méthode, le second objectif est d'apprendre la réalisation d'une enquête suite à la demande du client, et le troisième objectif est d'apprendre à mobiliser les techniques de recueils des différents types d'informations.

Les demandes institutionnelles et celles des entreprises ont nourri l'idée de consommation en masse, après les études quantitatives, une étude qualitative est apparue en France à la fin des années 1980.

Les enquêtes qualitatives permettaient d'appréhender plus finement l'écart entre la parole, la pensée et l'acte des consommateurs, elles sont mobilisées comme méthodes exploratoires d'un phénomène social émergent une nouvelle technologie, un usage sociétal innovant.

En revanche, la pertinence des méthodes qualitatives diminue là où augmentent celles des approches quantitatives. La méthode est plus ou moins fiable, valide ou pertinente, tout en dépendant des contraintes d'observation rencontrées dans la réalité. Se positionner sur une échelle d'observation permet de préciser le type de résultats que l'on peut produire et aussi selon l'échelle que l'on choisit ; microsociale, méso sociale, ou micro-individuelle.

Dans le second chapitre, les chercheurs se sont basés sur la construction de la prospection qui renvoie à trois grandes pratiques : répondre à des appels d'offres publics ouverts ou restreints, répondre à des commandes d'entités privées c'est à dire de gré à gré ; faire de la prospection directe d'où rechercher des structures pour passer la commande.

Dans le troisième chapitre, les chercheurs évoquent la rédaction de la prospection d'enquête qui est un document important, une base de travail qui servira de référence durant l'enquête, précisant l'ensemble de la démarche d'étude retenue pour l'enquête. La rédaction d'une proposition

de recherche ne se réduit donc pas à sa dimension technique et théorique, elle possède des dimensions stratégiques. Rigueur scientifique et contraintes du jeu social s'interpénètrent. Les marges de manœuvre rédactionnelles du prestataire dépendront de ses atouts, ses compétences d'expert et son capital réseau.

Dans ce chapitre les chercheurs avancent que la méthodologie consiste principalement à présenter, expliquer et justifier le regard proposé, les méthodes utilisées, les techniques de recueil de l'information considérées pertinentes pour répondre à la question et la délimitation de la population qui sera interviewée a été bien définie, en citant les différentes techniques telles que ; L'entretien semi-directif en face à face, l'observation aménagée, la table rondes, les techniques visuelles avec ses illustration, photos, élucidation...etc. Après cette phase, un rétro planning sera réalisé permettant de définir le temps et les délais nécessaires pour l'enquête, mais également son phasage pour aboutir au livrable et la signature des contrats.

Dans le quatrième chapitre, on parle du travail du terrain, et l'exploration du sujet afin de bien l'appréhender et réussir un travail collectif. Dans une recherche qualitative l'enquêteur doit s'adapter au terrain, pour se positionner en acteur dans un système social, par le biais du terrain, la qualité de son écoute reste en effet un critère déterminant de la richesse de l'étude. Celle-ci suppose de l'empathie (Rogers & Cartano, 1962) pour les personnes qu'il rencontre et une forte capacité d'immersion dans son sujet. Sur le terrain, la flexibilité, l'écoute et l'empathie sont nécessaires à l'enquête qualitative: cela demande au responsable d'étude à la fois de s'immerger dans le système représentatif et comportemental des individus. La réalisation d'une étude suppose un management important dans la gestion de projet, et le temps qui y est consacré pour aboutir à une qualité

recherchée, le recrutement des personnes et l'élaboration des outils de collectes et le recueil des données sont des éléments clés pour la conduite et la réussite de ce travail de recherche.

Certaines techniques et outils tels que les guides d'entretiens, les guides de cycle de vie, les guides d'animation des groupes, les guides d'observation pour saisir les pratiques permettent de recenser les éléments factuels importants pour le sujet traité : lieu, gestes, interactions qui seront représentés sous thèmes de séquences ou catégories de données soit une aide à l'observation.

Dans le dernier chapitre, on retrouve l'étape de l'analyse et la restitution des résultats ainsi que la production d'une recherche qui s'organise schématiquement en trois temps : un premier timing pour l'analyse thématique des données et un deuxième timing marquant le début de la rédaction, d'analyse descriptive ; enfin un troisième timing d'analyse explicative ou modélisation.

Une analyse des données qui repose sur une analyse de contenu au travers d'une analyse thématique transversale de l'ensemble des données collectées avec l'établissement d'une grille de thèmes comportant des données codées et classées.

Les exemples présentés rappellent l'ampleur des changements qui affectent les sociétés, une situation qui impose de revoir, en partie, la façon classique de faire des études au-delà d'une approche individuelle, sur les nouveaux comportements du consommateur, sur les nouvelles modalités de la redistribution de la richesse nationale et mondiale ou sur les économies d'énergie. En effet, l'ampleur des changements à l'échelle d'observation macro sociale induit des changements inattendus et invisibles avec les seuls outils quantitatifs.

C'est la rupture introduite dans les pratiques quotidiennes par la

mondialisation, et l'incertitude quant à la compréhension de ces nouveaux comportements, qui demande de croiser des techniques d'observation très fines, pour explorer les pratiques dans les logements, les lieux d'achat et de sociabilité, les tiers lieux et les espaces partagés, et de mobiliser des techniques de

recueil de l'information basées sur des observations, des entretiens, des animations de groupe, des photos, des films et d'internet. En partant de l'observation des usages, en prenant en compte le jeu des forces sociales qui organisent ces pratiques.

**Bibliographie :**

Kotras, B. (2018). Le tout plutôt que la partie: Big data et pluralité des mesures de l'opinion sur le web. *Revue Française de Sociologie*, 59(3), 451–474.

Lassave, P. (1997). *Les sociologues et la recherche urbaine dans la France contemporaine*. Presses Univ. du Mirail.

Rogers, E. M., & Cartano, D. G. (1962). Methods of measuring opinion leadership. *Public Opinion Quarterly*, 435–441.

**Auteure de la recension**

**Maya Benoumeldjadj**

**Architecte, urbaniste, enseignante – chercheure à l'université d'Oum El Bouaghi Algérie**