



**LA RECHERCHE EN VUE DE  
STRATÉGIES DE CHANGEMENT**

**Guide de  
Recherche-Action  
Pour Les Groupes  
Communautaires**

**WOMEN'S**

**RESEARCH**

**CENTRE**

# **LA RECHERCHE EN VUE DE STRATÉGIES DE CHANGEMENT**

**GUIDE DE RECHERCHE-ACTION POUR LES  
GROUPES COMMUNAUTAIRES**

Jan Barnsley  
Diana Ellis

The Women's Research Centre  
1992

La version française de ce guide a été coordonnée par :

Relais-femmes  
110, rue Ste-Thérèse, bureau 301  
Montréal (Québec)  
H2Y 1E6

et plus spécifiquement :

Traduction	: Claudine Vivier
Révision	: Andrée Pilon-Quiviger
Correction d'épreuves	: Marcelle Régimbald
Mise en pages	: Avant-Propos Itée

Édition originale : Research for Change  
Tous droits réservés 1992, Women's Research Centre

Réimpression par Relais-femmes 2014

ISBN 978-2-922561-34-0

La recherche en vue de stratégies de changement

# REMERCIEMENTS

---

Cet ouvrage est dédié à Helga Jacobson qui, la première, nous a enseigné les principes de la **recherche-action** et nous a encouragées à la pratiquer. Grâce à ses conseils et à son soutien, le Women's Research Centre a pu réaliser ses premiers projets de **recherche** et son enseignement inspire encore notre travail. Merci, Helga.

Nous voulons aussi remercier les nombreux groupes avec qui nous avons travaillé et qui nous ont permis une foule de découvertes. Un grand merci également à nos collègues de toutes les régions du pays qui ont bien voulu critiquer les premières versions du manuscrit.

La production de ce guide a été financée par Santé et Bien-être Canada dans le cadre du Programme national de subventions au bien-être social. Nous avons également bénéficié de l'aide financière du Programme de promotion de la femme du Secrétariat d'État pour une partie des dépenses de fonctionnement.

Le Women's Research Centre assume l'entière responsabilité du contenu de cet ouvrage.



# TABLE DES MATIÈRES

---

<b>À QUI S'ADRESSE CE GUIDE?.....</b>	<b>7</b>
À quoi peut servir ce guide? 7	
<b>PREMIÈRE PARTIE: QU'EST-CE QUE LA RECHERCHE-ACTION?.....</b>	<b>9</b>
Introduction 9	
Notre approche de la recherche-action 11	
Quelques caractéristiques de la recherche-action 13	
Les principes de la recherche-action 16	
<b>DEUXIÈME PARTIE: LA STRUCTURE DU PROCESSUS DE RECHERCHE .....</b>	<b>21</b>
Les dix étapes: 21	
1- La planification et les tâches administratives 22	
2- La matrice de l'information (Que voulons-nous savoir?) 25	
3- L'opportunité de recourir à des experts-es 30	
4- Les présupposés sur la question et les hypothèses de recherche 32	
5- La description du contexte de la recherche 34	
6- Les buts et les objectifs de la recherche 36	
7- Les méthodes de cueillette des données 38	
8- La sélection des répondants-es 41	
9- Le nombre des répondants-es à déterminer 43	
10- Les outils de cueillette de données 44	
<b>TROISIÈME PARTIE: LA CUEILLETTE DES DONNÉES .....</b>	<b>55</b>
Comment présenter la recherche 55	
Comment protéger les sources d'information 55	
<b>QUATRIÈME PARTIE: L'ANALYSE ET L'INTERPRÉTATION DES DONNÉES .....</b>	<b>57</b>
De quoi s'agit-il? 57	
À quel moment commencer? 57	
La marche à suivre 57	
Comment présenter les résultats 60	

<b>CINQUIÈME PARTIE: LES SUITES À DONNER À LA RECHERCHE .....</b>	<b>61</b>
<b>LA BOÎTE À OUTILS .....</b>	<b>65</b>
Outils de planification pour les groupes communautaires	66
Comment mener une entrevue	68
Comment administrer un questionnaire	71
Comment animer une entrevue de groupe	73
Exemple de questionnaire	75
Exemple de fiche technique	78
Production d'un rapport de recherche	80
Grille de planification	80
Calendrier de production et de distribution	81
Guide de rédaction	82
<b>ANNEXES .....</b>	<b>85</b>
Annexe A: Petit lexique	87
Annexe B: La recherche: est-ce le bon choix?	89
Annexe C: Buts et objectifs	92
Annexe D: Comment tester vos stratégies	93
Annexe E: Comment établir un plan de travail	94
Annexe F: Le budget de la recherche	97
Annexe G: L'équipe de recherche	98
Annexe H: L'éthique de la recherche	99
Annexe I: Quelques ouvrages de référence	101

# À qui s'adresse ce guide?

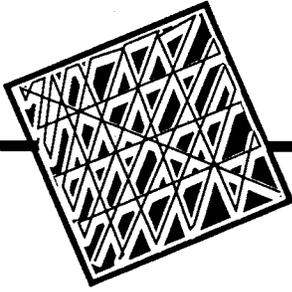
---

Ce guide est conçu pour les groupes communautaires qui travaillent, par exemple, dans les domaines du SIDA, des problèmes spécifiques aux femmes, des droits des autochtones, ou qui offrent des services aux personnes âgées ou autres.

## À quoi peut servir ce guide?

- Ce guide propose une méthode de **recherche-action**-participation.
- Il présente les principes de la **recherche-action**.
- La méthode de **recherche** proposée peut guider aussi le **travail d'organisation** et de mobilisation.
- Ce guide vous aidera à poser le pour et le contre d'un projet de **recherche**. Si vous décidez de plonger, vous y apprendrez comment inscrire ce projet dans votre programme général d'activités.
- Vous serez guidés-es tout au long du processus de **recherche**, y compris sur les aspects pratiques: par exemple, comment préciser l'objet de la **recherche**, comment recueillir et **analyser** les **données**.
- La Boîte à outils vous suggère des instruments de travail et des manières de faire qui faciliteront votre tâche.
- Nous n'aimons pas beaucoup les formules savantes ou le langage spécialisé qu'à peu près personne ne comprend. Néanmoins, un guide comme celui-ci ne peut pas se passer de quelques termes techniques: vous trouverez leur définition dans le petit lexique de l'annexe A. Quand vous rencontrez au fil du texte un mot en caractère gras, c'est qu'il fait partie du lexique.
- Vous trouverez également en annexe des informations de base sur les projets de **recherche**.
- Ce guide est émaillé d'exemples de **recherches** réalisées par différents groupes communautaires. Nous pensons que les exemples choisis sont pertinents parce qu'ils reflètent l'expérience d'un grand nombre de groupes.





# PREMIÈRE PARTIE

---

## Qu'est-ce que la recherche-action?

### INTRODUCTION

---

#### Non pas la recherche pour la recherche

Ce document ne propose pas de faire de la **recherche pour la recherche**. La méthode de travail exposée vise l'amélioration de l'action concrète dans un milieu réel. Il est important d'annoncer ainsi nos couleurs dès le départ parce qu'il existe plusieurs façons de faire de la **recherche**. La nôtre repose essentiellement sur deux axes:

(1) Explorer l'action concrète (2) pour améliorer des conditions de vie. Mais quand on dit **recherche**, de quoi s'agit-il?

#### Deux opérations fondamentales

En gros, il s'agit de deux opérations: recueillir des **données** et les analyser. Autrement dit: regarder ce qui se passe et réfléchir à ce que cela veut dire par rapport à nos **objectifs** d'action sociale.

#### Un mot clé: «participation»

Le moteur, pour ainsi dire, de la **recherche-action** c'est la participation. Cela veut dire que nous recourons à la participation de la collectivité pour découvrir ce qui mériterait d'être amélioré. On pourrait faire une distinction entre **recherche-action** et recherche-participation, mais à quoi bon compliquer les choses? Notre perspective combine les deux aspects et, comme l'expression **recherche-action-participation** ferait plutôt lourd dans un texte, nous dirons tout simplement **recherche-action**.

#### Un type de recherche qui aboutit à des actions

À nos yeux, la **recherche** s'intègre comme tout naturellement au mouvement des transformations et des progrès sociaux. C'est pourquoi l'expression «processus» de **recherche** convient mieux que «projet» de **recherche**. En somme, il s'agit d'un outil qui favorise l'action ou d'un moyen qui accroît le pouvoir d'agir, mais la **recherche-action**, n'est pas une fin en soi: il ne s'agit pas encore une fois de faire de la **recherche pour la recherche**.

La **recherche-action** n'a pas pour but d'établir des **statistiques** ou des mesures uniquement **quantitatives**, elle repose sur des méthodes dites **qualitatives**, c'est-à-dire qui décrivent des situations et des milieux, ou qui rendent compte des conditions de vie d'un milieu, ou encore d'un problème vécu. Cette information éclaire grandement les actions et les

stratégies d'intervention à mettre en oeuvre pour que les choses s'améliorent ou pour solutionner tel ou tel problème.

Cependant la **recherche** n'est pas toujours nécessaire. Certains problèmes crèvent les yeux et nous connaissons les moyens d'y remédier. Si jamais, cependant, nous voulions évaluer l'efficacité de ces moyens, il nous faudrait alors recourir à la **recherche**.

La **recherche** n'a rien de magique et si elle ne débouchait pas sur des applications concrètes, comme, par exemple, mettre un service sur pied ou entreprendre la défense d'un droit, etc., elle ne servirait pas à grand chose.

Les résultats de la **recherche-action** n'apparaissent pas toujours dans un rapport écrit, ce qui n'enlève rien à leur valeur. Par exemple, des femmes Indo-Canadiennes ont exploité les résultats d'une **recherche** dans une pièce de théâtre destinée à sensibiliser leur communauté à la violence conjugale. Certains groupes ont produit des vidéos pour montrer aux gens ce qui se passait réellement dans leur milieu. D'autres se servent des **données** de leur **recherche** pour organiser des rencontres dans le **but** ultérieur d'exercer des pressions ici ou là ou encore d'alerter une population plus large en regard d'un problème qui la concerne.

D'ailleurs, dans un processus de **recherche-action**, l'application concrète n'arrive pas toujours seulement en bout de ligne; on peut en effet agir ou intervenir sur le réel tout au long du projet.

### **Quelques avantages de la recherche-action**

Le plus grand avantage de la **recherche-action**, c'est qu'elle explore l'expérience concrète pour mettre en lumière les stratégies et les programmes d'action qui aboutiront à des changements. D'autres types de **recherche** reposent plutôt sur des connaissances théoriques.

Un autre avantage précieux de la **recherche-action**: elle rassemble des personnes du même milieu qui, en la faisant, vont approfondir leurs façons de voir, vérifier leurs intuitions, peut-être découvrir de nouvelles **données** et, en bout de ligne, travailler sur un terrain plus sûr. Un tel travail commun resserre les liens et il favorise le sentiment de compétence; il affermit la confiance en soi en même temps qu'il permet l'acquisition de nouvelles connaissances.

Tout en explorant le milieu dans lequel ils-elles travaillent, les **participants-es** à la **recherche** rencontrent des personnes qui, à l'occasion, adhéreront à leur groupe ou appuieront leurs interventions. La **recherche-action** peut devenir ainsi un facteur de rayonnement sur l'ensemble de la collectivité. Habituellement, une telle démarche permet de recueillir plus d'informations que la **recherche** n'en exige; rien n'empêche de penser qu'elles pourront servir plus tard dans d'autres projets ou dans d'autres activités.

## NOTRE APPROCHE DE LA RECHERCHE-ACTION

---

### La recherche et les groupes communautaires

---

Dans ce guide, nous appelons «communautaire» le groupe ou la collectivité d'un milieu qui partage la même expérience ou le même problème.

La plupart des luttes contre l'une ou l'autre forme de discrimination sont menées par les victimes elles-mêmes. Comme celles-ci ont une expérience directe du ou des problèmes, elles inspirent avec d'autant plus de force et de justesse les politiques ou les programmes qui les concernent. Or les organismes communautaires tels les centres d'éducation populaire sont souvent à l'origine de telles luttes. C'est pourquoi nous avons à cœur de leur adresser ce guide.

En particulier, les centres de femmes et les groupes de prise de conscience ont été un lieu privilégié permettant l'expression des femmes. En les écoutant raconter leur histoire, des féministes ont pu découvrir la nature des problèmes, en mesurer l'ampleur et envisager des solutions. À partir de là, des services ont été créés et de multiples revendications ont pu être défendues. Certains regroupements de femmes font figure de chefs de file: des groupes locaux, les centres de femmes, les organismes d'aide aux victimes de viol et les maisons d'hébergement pour femmes battues. De nouvelles revendications et des stratégies inédites émergent encore de tels lieux.

Ce sont encore les organismes communautaires qui ont entrepris le travail auprès des personnes atteintes du SIDA qui font entendre leurs besoins sur la place publique et qui lancent des mesures préventives.

Les groupes d'entraide de personnes âgées et de personnes handicapées constituent un autre exemple de créativité communautaire en ce qu'ils inspirent les travailleurs-euses préposés-es aux soins, les professionnels-les de la santé et même ceux et celles qui élaborent les politiques gouvernementales.

Les Autochtones et les personnes de couleur militent le plus souvent à partir de leur communauté pour défendre leurs droits.

Bref, les organismes communautaires jouent donc un rôle indispensable en ce qu'ils constituent un lieu réel où les groupes populaires trouvent des moyens de défendre leurs intérêts ou de solutionner certains problèmes. La **recherche-action** peut aider ces groupes à mieux s'enraciner dans leur milieu et accroître l'efficacité de leur travail.

### Les participants-es du milieu sont les maîtres d'oeuvre

---

À notre avis, la maîtrise du processus de **recherche** revient aux personnes les plus impliquées dans la question sur laquelle on enquête. L'expérience de ces personnes est sans équivalent et elle leur permet mieux que quiconque de recruter dans la communauté d'autres collaborateurs-trices. Les gens du milieu démontrent également un flair particulier quant à la manière de poser des questions, et leur façon de voir les choses aidera l'équipe de **recherche** à mieux comprendre le contenu des réponses fournies par les **répondants-es**.

Quand la **recherche** est maîtrisée par les membres de la collectivité impliquée, elle risque moins de passer à côté des vrais besoins; elle a des chances de les stimuler sur les suites à donner puisqu'elle les éclaire sur des moyens d'action.

Maîtriser la **recherche**, c'est d'abord en définir le sujet et, ensuite, exercer un contrôle sur l'approche adoptée, sur le processus et sur les décisions qui se présentent.

La cueillette et l'**analyse** des **données** reviennent également aux **participants-es** du milieu, dussent-ils ou dussent-elles solliciter l'aide de spécialistes qui, dès lors, devront les écouter et les orienter dans la façon de faire. À aucun moment, ces consultants-es ne doivent travailler autrement que sous la direction des membres de la collectivité. Leur rôle en est un de soutien. Trop souvent, les chercheurs-es dans le domaine communautaire n'ont réservé qu'un rôle passif aux groupes impliqués dans les problématiques qu'ils étudiaient. Ces organismes fournissaient une «population-cible», des sidéens-nes par exemple, puis ils-elles menaient la **recherche** sans leur concours. De plus en plus, les groupes refusent d'être exploités à titre de «laboratoires» et c'est ce qui leur donne pleinement le droit de maîtriser tout processus de **recherche** qui implique leurs membres.

---

### Des conditions favorables à la participation

La participation à la **recherche-action** doit être ouverte à tous et à toutes les volontaires: les gens moins instruits, les personnes qui présentent un handicap, les mères que de jeunes enfants retiennent à la maison, des gens disponibles uniquement le soir, etc. On doit également tenir compte de l'accessibilité des lieux où se dérouleront les opérations, de même que des limites de la disponibilité des gens. Ce sont encore les personnes du milieu concerné qui sauront le mieux déterminer les conditions favorables à une participation maximale et la plus ouverte possible.

---

### Nécessité d'un cadre de travail pré-établi

Non seulement s'agit-il de prévoir les conditions favorables à une participation maximale, mais encore faut-il déterminer clairement, dès le départ qui, dans la collectivité, aura droit au chapitre et pourquoi. Il importe également de clarifier les rôles de chacun et d'exprimer ses attentes, puis d'arrêter les moyens d'entrer en contact avec les personnes qui, précisément, auront droit au chapitre. Une fois ces questions réglées, on aura en mains des lignes directrices ou un cadre de travail qui permettront de résoudre les questions ou les problèmes à mesure qu'ils surgiront.

Enfin, il importe de préciser comment le processus de **recherche** s'intègre au travail habituel ou à la mission générale du groupe ou de l'organisme. On a tout intérêt à s'assurer du soutien de l'organisme et de la volonté de donner suite aux conclusions de la **recherche**.

---

### La sacro-sainte objectivité?

Qui dit **objectivité** parle du rapport à un objet tout à fait extérieur, c'est-à-dire auquel sont le moins possible mêlées des considérations personnelles. Autrement dit, fait preuve d'**objectivité** quiconque étudie un «objet» ou une situation sans laisser intervenir ses intuitions, ses émotions, ses préjugés ou ses convictions personnelles. Dans le domaine des sciences, et en particulier de la **recherche**, on accorde une grande importance à l'**objectivité**. Beaucoup penseront, par exemple, que le contrôle du

processus de **recherche** aux membres du groupe ou du milieu concerné risque d'entraver l'**objectivité** des résultats. Elles mettent ni plus ni moins en doute la valeur d'une **recherche** menée par les gens à qui elle profite ou par des gens directement touchés par «l'objet» de la **recherche**. Or, nous ne sommes pas d'accord avec ce point de vue.

À notre avis, ce qui rend une **recherche** «douteuse» ou non digne de foi c'est de ne pas reconnaître, dès le départ, que tout le monde, y compris les scientifiques, a des préjugés, des émotions et des convictions.

À nos yeux, ce qui augmente la validité ou l'exactitude d'une **recherche**, c'est précisément de clarifier et de communiquer dès le départ sa propre opinion ou ses propres sentiments sur la question ou la problématique en jeu.

Il est évident que les travailleurs et les travailleuses communautaires sont émotivement impliqués-es dans leur travail et nourrissent des convictions tout à fait claires. Ils sauront d'autant mieux, croyons-nous, circonscrire les meilleurs sujets de **recherche** et mener le processus à terme. Quant aux personnes qui n'ont pas une expérience directe du problème ou de la situation étudiée, elles gagnent, elles aussi, à clarifier et à communiquer les idées qu'elles s'en font ou les **hypothèses** qu'elles nourrissent. Ces «préjugés» auront d'autant moins de chances d'influencer la **recherche**.

En somme, il s'agit de reconnaître et de formuler, dès le départ, ces présomptions de manière à pouvoir les analyser tout au long du processus de **recherche**. On gagnera également à les exposer dans le rapport de **recherche** pour permettre aux lecteurs-trices éventuels-les de repérer les facteurs qui ont pu influencer sur ses résultats.

## **QUELQUES CARACTÉRISTIQUES DE LA RECHERCHE-ACTION**

---

### **Différentes visions du monde demandent le respect**

Notre approche vise à décrire l'expérience concrète d'un problème, puis à en faire l'analyse.

C'est respecter les gens que de nous intéresser à leur expérience. Cela permet également à l'équipe de **recherche** de comprendre bien des choses, comme, par exemple, l'impact des structures sociales sur la vie des personnes et le défi que représente pour elles la résolution de leurs problèmes.

L'expérience des femmes a été longtemps exclue de la **recherche**. Avant l'émergence du mouvement féministe, l'opinion des hommes représentait souvent le point de vue des femmes. C'est dans la foulée de ce mouvement que fut élaborée une méthode de **recherche** qui rend compte de l'expérience des femmes. Toutefois, les femmes ne sont pas le seul groupe social marginalisé. Avant que les lesbiennes et les gais commencent à s'organiser, la vision hétérosexuelle du monde était tenue pour universelle. Avant l'apparition des mouvements anti-racistes, les régimes dominants imposaient leur façon de voir. On peut penser que l'expérience et les opinions des personnes âgées sont encore soumises aux préjugés de la génération plus jeune et vice versa.

C'est en réfléchissant de l'intérieur à la manière dont les gens vivent tel problème ou telle situation, qu'on parviendra à développer des stratégies réalistes. Ne perdons jamais de vue que nous sommes des êtres différents, marqués par telle ou telle éducation et que cela forge en chacun-e des attentes et une vision du monde particulières.

### **La question fondamentale de la recherche-action: comment?**

---

La **recherche** part toujours d'une question. La question fondamentale de la **recherche-action** est «comment?». Comment les gens vivent-ils telle ou telle situation? Comment parviendrons-nous à changer les choses?

C'est par le biais d'entrevues individuelles, d'échanges en groupe ou de **questionnaires** que sera posée la question du comment. Il s'agit généralement de questions ouvertes. Autrement dit, les questions ne sont pas formulées de manière à suggérer tel ou tel type de réponse précise, mais de manière à stimuler l'expression de l'expérience personnelle.

Beaucoup de gens sous-estiment la valeur de leur expérience. La **recherche** offre l'occasion de découvrir qu'elle comporte un intérêt réel et qu'elle peut contribuer à la clarification d'un problème collectif de même qu'à l'élaboration de solutions.

La **recherche-action** est en elle-même une affirmation de la valeur inestimable de toute expérience humaine. Elle montre, sans le dire, que tout le monde a le droit d'être écouté et compris.

L'entrevue elle-même peut avoir des effets remarquables. En livrant son expérience à quelqu'un-e qui s'y intéresse le **répondant** ou la **répondante** peut envisager sa situation sous un nouveau jour, en découvrir des aspects inédits, y percevoir des éléments sociaux et, finalement, envisager des possibilités de changement, voire d'engagement à une action collective.

Les questions axées sur le «comment» procurent aux intervenants-es communautaires un riche matériel d'expérience sociale qui approfondit leur connaissance du milieu et les éclaire quant à la **recherche** des meilleures solutions. Par exemple, on devine à quel point il est difficile de dépendre d'une banque alimentaire pour nourrir sa famille; or si nous consultons les personnes qui traversent cette expérience, peut-être trouverons-nous avec elles des pistes inédites pour surmonter de telles difficultés.

On peut aussi entreprendre une **recherche** dans le **but** de démontrer aux bailleurs de fonds le bien-fondé de l'organisme ou dans le **but** de faire pression sur le pouvoir gouvernemental eu égard à telle ou telle politique contestable. Il ne faut cependant jamais oublier que la **recherche** ne change rien par elle-même. Sa fonction consiste à fournir des matériaux pour l'action.

### **Nos hypothèses ou nos intuitions ne sont pas toujours suffisantes**

---

Nous avons tous et toutes tendance à prendre certaines choses pour acquises ou de croire, sans preuve à l'appui, que telle stratégie fonctionne bien. Par exemple, de la prévention à l'égard du sida on peut décider de faire un battage publicitaire sur le «sexe sans risque». On rédigera d'excellents dépliants et on organisera les meilleures campagnes médiatiques. Ces stratégies reposent sur une conviction non démontrée ou, autrement dit, sur un préjugé: on croit que l'information suscitera des

changements de comportement. Cependant, rien n'assure que cette stratégie fonctionnera. On tâtonnera moins si on s'interroge d'abord sur l'attitude des personnes par rapport à la sexualité: qu'est-ce qui peut les motiver à pratiquer une sexualité sans risque? Quels sont les obstacles qui s'y opposent? Quels sens donnent-elles aux pratiques sexuelles? Ce sont les réponses à ce genre de questions qui permettront de viser plus juste quand on veut élaborer des stratégies.

On a d'autant plus intérêt à faire de la **recherche** quand nous ne partageons pas l'expérience des personnes avec lesquelles ou auprès desquelles nous travaillons. Par exemple, vous faites partie d'un organisme qui cherche à aider les membres d'une collectivité à participer plus activement aux décisions qui les touchent. Vous pouvez avoir dans votre coffre à outils des moyens d'aider ces personnes à acquérir du pouvoir. Cependant, avant d'appliquer ces moyens, peut-être auriez-vous intérêt à connaître le rapport que ces personnes entretiennent vis-à-vis du pouvoir. Que signifie à leurs yeux le fait d'avoir voix au chapitre? Ont-elles un minimum de foi dans la possibilité d'exercer quelque pouvoir? Ont-elles développé un minimum de conscience sociale? Les réponses à ces questions vous permettront de mieux savoir par où commencer, de vérifier la pertinence de vos outils et d'augmenter votre connaissance de la réalité du milieu.

### La recherche-action aide à comprendre sa propre expérience

#### **Exemple**

Dans les villes mono-industrielles du Nord, des femmes disaient souffrir du «syndrome du bungalow». Extrêmement dépressives au cours des longs hivers, elles éprouvaient des difficultés dans leurs relations avec leurs enfants ou leur partenaire. On leur prescrivait des tranquillisants sous prétexte de «problèmes relationnels».

Les groupes de femmes de ces régions voulurent mieux comprendre cette situation généralisée. Ils demandèrent à un grand nombre de femmes de raconter leur vie dans ce genre particulier de communauté.

Voici ce que les chercheuses ont découvert. Rarissimes étaient les services sociaux et les activités de loisir offerts dans ces agglomérations. Les familles vivaient dans des habitations conçues en fonction de l'existence du sud du pays: aucun espace de jeu n'avait été prévu pour les enfants. Les hommes étant retenus sur les chantiers, les femmes et les enfants étaient confinés à l'intérieur durant des hivers entiers.

En consultant d'autres **enquêtes**, les chercheuses apprirent également que les tranquillisants avaient pour effet de rendre encore plus dépressifs.

En intégrant toutes ces **données**, on a pu établir que le «syndrome du bungalow» n'avait rien d'un problème individuel; il s'agissait plutôt d'une réaction généralisée à de mauvaises conditions de vie et de logement et à l'absence d'organisation sociale. De là, les groupes de femmes ont mis sur pied des programmes d'activités pour les femmes entre elles et pour les enfants d'autre part. Grâce à une campagne de pression, ils ont obtenu que l'habitat fût mieux adapté aux conditions nordiques. À partir des résultats de l'**enquête**, ils informèrent la population, y compris les médecins et les intervenants-es sociaux-ales, des véritables causes du problème.

Cet exemple illustre la possibilité de dresser un portrait fidèle de notre milieu. Comment fonctionne notre collectivité? Quelle est notre expérience propre parmi celle des autres. Y a-t-il des points communs? En quoi le mode de vie du milieu influence-t-il notre existence? Peut-on dégager des malaises communs et des causes collectives à ces malaises? Quelles solutions peut-on élaborer? Quelles sont les pistes de changement possibles?

Bref, la **recherche-action** peut nous aider à mieux comprendre notre propre expérience à partir de l'expérience collective et de l'étude des conditions extérieures où elle se déroule. Une fois repérée toute la complexité de notre propre expérience grâce à ce regard sur l'ensemble, nous voilà sur la piste pour développer des stratégies réalistes et branchées sur les vrais problèmes.

## **LES PRINCIPES DE LA RECHERCHE-ACTION**

---

### **La recherche doit déboucher sur des actions concrètes**

---

Nous l'avons déjà affirmé: la **recherche** n'est pas une fin en soi; elle sera utile si elle s'inscrit dans un plan d'action. Donc, on précise dès le départ à quoi servira l'information qu'on va recueillir et analyser.

Bien que le rapport de **recherche** soit loin d'être le dernier mot, il a une utilité certaine, à condition d'être accessible. Aussi doit-on prévoir quel sera le public-cible. Comment le rejoindre? Comment parvenir à l'intéresser à ce rapport? Quelles autres stratégies adopter en cas d'échec. Avant tout, il importe de se prononcer sur l'utilité qu'on attribue à la diffusion de ce rapport. Il est des circonstances où le rapport lui-même n'est pas utile.

Certains groupes trouvent inconcevable de mettre sur pied un plan d'action avant d'avoir commencé la **recherche**. Pourtant, il y a là un danger de faire de la **recherche** pour la **recherche**. Cela ne veut pas dire que le plan d'action sera immuable. Bien au contraire, la **recherche** a bien des chances de le transformer à l'avantage du milieu et en fonction d'une meilleure perception de la réalité. Si on ne parvenait pas au point de départ à identifier clairement les pistes d'action à venir, on devra s'interroger sur la pertinence d'entreprendre une **recherche**.

### **Rester branché sur l'expérience concrète de la collectivité**

---

Encore une fois dans le développement de nos théories et de nos **analyses**, il importe par-dessus tout de rester branché sur l'expérience concrète des gens. C'est elle qui demeure la source essentielle des découvertes à faire, comme c'est elle qui restera le terrain de l'action subséquente.

Chercher à démontrer, à contredire ou à parfaire une théorie existante constitue un tout autre champ de la **recherche** et ce n'est pas ce champ qui nous intéresse ici.

Soulignons également qu'on peut être tenté d'orienter la **recherche** en fonction d'intérêts particuliers, par exemple: intéresser les décideurs ou les bailleurs de fonds. Mais en répondant à des demandes extérieures au milieu, la **recherche** risque de ne servir que les intérêts de ces individus plutôt que ceux des personnes avec qui collabore le groupe.

---

## Des questions simples et ouvertes

---

Ce sont les questions simples qui permettent aux gens de raconter leur histoire. Ce sont également les questions ouvertes sur l'expérience large: en posant trop de questions précises, on porte les gens à fragmenter leur expérience. L'équipe de **recherche** risque alors de perdre de vue l'ensemble du tableau dans toute sa complexité. Ce sont en effet les éléments qui ne «collent» pas avec l'ensemble qui méritent parfois d'être approfondis.

En outre, si on veut que les membres de la collectivité participent au processus de **recherche**, il importe d'employer des méthodes accessibles et faciles d'application. Autrement, on risque d'évacuer des questions fort importantes et de déposséder de leur expérience les personnes à qui s'adresse la **recherche**.

La **recherche-action** se déploie le plus souvent dans un souci d'économie de temps et d'argent au sein des groupes communautaires, ce qui incite d'autant plus à choisir des méthodes de **recherche** pratiques et efficaces.

### Exemple

Les travailleuses d'une maison d'hébergement pour femmes battues veulent interviewer d'anciennes résidentes. Elles dressent une liste de sujets de **recherche** et rédigent un **questionnaire** de dix pages flanqué d'une multitude d'interventions-contrôle. Le résultat est désastreux. Elles se rasseoient et se demandent ce qu'elles veulent vraiment savoir. En sortira un **guide d'entrevue** de cinq questions très larges, accompagnées de quelques sous-questions.

«C'est une libération!, s'exclame l'une d'elles. Maintenant, nous avons hâte de parler avec les femmes sans être embarrassées avec un outil impossible».

---

## Savoir profiter de l'expérience des autres

---

On trouvera dans la deuxième partie de ce guide une marche à suivre et des conseils sur la mise au point des outils de **recherche**. Disons simplement ici que l'outil dépend du sujet de **recherche**.

Avant toute chose, on se demande s'il est vraiment nécessaire d'entreprendre une **recherche**. Il est bon de consulter les études menées par d'autres pour voir si elles ne suffiraient pas à nos besoins. Il se peut que notre sujet soit totalement inédit, mais il est toujours sage de vérifier. Quoi qu'il en soit la consultation d'autres **recherches** peut servir à éclairer des pistes, à parfaire la documentation sur un sujet ou à inclure d'autres **données** dans le rapport à venir.

## Suivre un certain nombre de règles

---

La **recherche-action**, comme toute forme de **recherche**, obéit à des règles précises, incontournables, puisque chacune est parfaitement justifiée. Ces règles sont des principes directeurs qui garantissent la qualité du travail et assurent la participation des membres de la collectivité. Aussi sont-elles faciles à comprendre. Les voici.

### • Établir un plan de recherche

---

Ce plan doit comprendre:

- les sujets spécifiques de la **recherche**;
- le type d'informations à recueillir et les raisons de ce choix;
- la méthode utilisée pour recueillir ces **données**, les personnes susceptibles de les fournir, les lieux où s'adresser.

Ce plan est une sorte de carte routière qui reflète les **objectifs** et les moyens posés au départ. On pourra revenir le consulter à tout moment et s'en servir également pour mesurer le chemin parcouru ou pour vérifier que toutes les étapes ont bel et bien été franchies. Dès qu'on envisage une modification de parcours, on recourt au plan de **recherche** de manière à rester branché sur les **objectifs** du projet.

### • Se mettre d'accord sur les sujets à traiter

---

Ce sont précisément les sujets bien circonscrits qui donneront à la démarche son caractère **systematique**. Ils baliseront l'**analyse** de l'information recueillie. Les sujets de **recherche** constituent, avec le plan et la description de la marche à suivre, ce qu'on appelle la **methodologie** de la **recherche**.

### • Des hypothèses claires et des préjugés bien identifiés

---

Comme nous l'avons déjà expliqué, chaque **participant-e** est appelé-e à exprimer ses idées sur les sujets mis de l'avant dans le **but** d'éviter que les perceptions personnelles ne viennent inconsciemment **biais**er les résultats de la **recherche**.

### • Respecter la confidentialité

---

Un groupe de **recherche** peut se réserver le droit de restreindre l'accès à ses dossiers confidentiels. En outre, les membres de l'équipe de **recherche** ne doivent jamais parler de l'évolution du projet à l'extérieur du comité de **recherche**. Un système de codification et des règles précises protègent l'anonymat des personnes interviewées. On trouvera dans l'annexe H d'autres précisions sur la confidentialité et sur le point de vue éthique.

### • L'analyse des données recueillies doit tenir compte de l'expérience des répondants-es

---

Il importe de refléter dans l'**analyse** toute la richesse et la diversité des informations reçues. C'est là une question de rigueur intellectuelle et de respect à l'égard des **répondants-es** qui devraient y repérer leur propre expérience. C'est d'ailleurs en appliquant ce principe qu'on évitera les conclusions trop hâtives et qu'on leur imprimera toutes les nuances possibles, car la réalité n'est jamais tout à fait simple.

• **Des résultats en tout temps vérifiables**

---

Quand les chercheurs-es-terrain rendent compte de leur travail, ils-elles gagnent à donner suffisamment d'informations pour que les personnes responsables du projet puissent vérifier le bien-fondé de leurs **analyses** ou de leurs conclusions. On précise, par exemple, quelles questions ont été posées, par qui et pourquoi. On explique les **hypothèses** posées au départ et les découvertes en cours de route. On rend compte le plus fidèlement possible des propos recueillis.

**Que faire en cas de panne?**

---

Des groupes réussissent à produire une **recherche** par leurs propres moyens. C'est d'ailleurs le **but** de ce guide.

Certains projets sont plus complexes et peuvent réclamer quelque assistance. Dans ce cas, il s'agit tout d'abord de bien circonscrire la nature de l'assistance qu'on veut demander.

S'il semble plus facile de confier l'ensemble du dossier à quelque spécialiste, ce serait se priver d'une belle chance d'autonomie et d'un tas de connaissances fort précieuses. On suggère plutôt de recourir à une personne de l'extérieur capable et soucieuse de respecter la volonté du groupe d'aller au bout de ses possibilités quant au déroulement du processus de **recherche**.

On peut avoir besoin d'aide au tout début du processus pour déterminer, par exemple, la pertinence de l'entreprise. On peut aussi solliciter de l'aide au moment d'établir le plan de **recherche**. Le ou la spécialiste pourra aider le groupe à organiser les différents éléments. Quoi qu'il en soit, c'est au groupe d'identifier au départ les éléments du plan et de prendre les décisions finales.

Les services d'une personne spécialisée peuvent être requis pour mettre au point le mode de cueillette des **données**. Il s'agira, par exemple, pour le ou la consultant-e de produire avec le groupe un **guide d'entrevue** ou de faire un inventaire des outils de **recherche** disponibles. Un organisme qui veut se renseigner sur la façon de mener des entrevues personnelles ou en groupe pourra également organiser une session de travail avec une personne-ressource.

### Exemple

Un organisme oeuvrant auprès de sidéens-nes décide d'entreprendre une **recherche** pour savoir comment ces personnes réagissent à la discrimination qu'elles subissent dans les services de santé, sur le plan du logement, etc. Les membres du groupe savent qu'il n'y a pas de réponses simples et qu'il leur faudra tenir compte des multiples aspects sociaux et économiques de la vie.

Ils-elles sollicitent les services d'un chercheur réputé. Ce dernier prend connaissance de leurs sujets de **recherche** à partir de quoi il prépare un plan. Incidemment, ce plan ne satisfait pas les membres du groupe, qui par ailleurs, manifestent beaucoup de difficulté à exprimer leur désaccord. Le langage de l'expert leur échappe, ainsi que la **méthodologie** proposée. Aussi décident-ils d'abandonner leur projet de **recherche**.

Un peu plus tard, ils-elles dénichent un autre consultant qui convient davantage à leurs besoins. Il les aidera à établir un plan de **recherche** et à adopter les méthodes adaptées à leurs sujets de **recherche**.

### L'expert-e idéal-e

Si le collaborateur ou la collaboratrice aux projets de **recherche-action** déploie les attitudes suivantes, il ou elle rendra de réels services au groupe communautaire.

- respecter le rôle prépondérant du groupe et son droit de maîtriser le processus;
- comprendre les problématiques dont il est question;
- ne pas travailler en marge, mais bien à habiliter les membres du groupe à mener leur projet à terme;
- être un bon-ne **animateur-trice** non directif-ve;
- manifester la souplesse nécessaire pour adapter les méthodes aux éléments du groupe;
- pouvoir expliquer clairement les méthodes à des gens non-initiés;
- avoir conscience de ses forces et de ses limites;
- savoir mettre à l'aise.

Les personnes qui déploient de telles attitudes ne courent pas les rues. Il vaut souvent mieux s'enquérir auprès d'autres groupes qui pourraient recommander des candidats-es. On peut également chercher dans le milieu ou dans les universités.

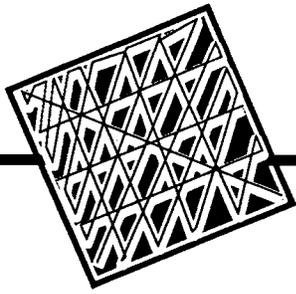
Interviewez tous-tes les candidats-es. Demandez-leur d'exprimer leur position par rapport aux problématiques dont il sera question et de décrire leurs expériences de travail avec d'autres groupes. Vérifiez les informations.

Une fois la personne choisie, rédigez une entente où vous préciserez son rôle et la façon dont vous souhaitez qu'elle travaille avec le groupe.

## RÉSUMÉ

---

Cette partie donnait un aperçu général de ce qu'est la **recherche-action**, ses caractéristiques, ses principes fondamentaux. Dans la section suivante, nous vous proposons une démarche en dix étapes pour vous aider à structurer votre processus de **recherche**.



# DEUXIÈME PARTIE

## La structure du processus de recherche

### LES DIX ÉTAPES

Les dix étapes suivantes servent à structurer votre plan de **recherche**.

En guise de matériaux, prenez soin de vous procurer un tableau à feuilles, du papier en quantité, du ruban adhésif et de gros stylos feutres.

Quand la démarche aura été décrite, dactylographiez tout ce que vous aurez noté sur le tableau à feuilles. Gardez ces notes à portée de la main pour pouvoir les consulter tout au long du projet. Elles seront d'un grand secours si vous êtes appelés-es à expliquer comment vous avez préparé votre projet de **recherche**.

On pourrait donner aux dix étapes à franchir la formulation suivante:

- 1- **La planification et les tâches administratives**
- 2- **La matrice de l'information (que voulons-nous savoir?)**
- 3- **L'opportunité de recourir à des experts-es**
- 4- **Les présupposés sur la question et les hypothèses de recherche**
- 5- **La description du contexte de la recherche**
- 6- **Les buts et les objectifs de la recherche**
- 7- **Les méthodes de cueillette des données**
- 8- **La sélection des répondants-es**
- 9- **Le nombre des répondants-es**
- 10- **Les outils de cueillette des données.**

La première étape concerne les tâches administratives et le travail de planification requis avant d'amorcer la **recherche** proprement dite. Il s'agit d'une étape cruciale: c'est là qu'on opte pour la méthode de **recherche**, les acteurs-trices, etc.

Les étapes 2 à 10 se franchissent dans l'ordre, mais on ne réussira pas toujours à tout faire d'un trait. En gros, l'ensemble de l'exercice demandera de deux à trois jours de travail.

# ÉTAPE

## 1

## La planification et les tâches administratives

### ACCESSOIRES

Tableau à feuilles, stylos feutres, ruban adhésif.

### ACTEUR

Le comité de **recherche**.

### UTILITÉ DE L'OPÉRATION

On a souvent tendance à négliger ou à retarder la planification et les tâches d'ordre administratif qui constituent néanmoins des aspects fondamentaux. Il importe en effet de donner à votre projet de **recherche** de solides fondations au sein du groupe.

### MARCHE À SUIVRE

On peut confier des tâches précises à certaines personnes qui feront rapport au comité. Celui-ci peut aussi prendre en charge l'ensemble du travail.

Voici la liste des tâches administratives et le travail de planification indispensables et préalables à tout projet de **recherche**, qu'il soit modeste ou plus ambitieux.

- S'assurer que le projet de **recherche** s'inscrit dans le programme d'activités de l'organisme.
- Désigner les personnes en charge de la **recherche**.
- Déterminer le mode de prise de décisions.
- Organiser le travail.
- Fixer le budget de la **recherche**.
- Mettre au point le plan de la **recherche**.

### S'assurer que le projet de recherche s'inscrit dans le programme d'activités de l'organisme

Si nous insistons sur la nécessité d'une planification minutieuse, c'est parce que les groupes communautaires ont souvent tendance à entreprendre des actions commandées par les urgences du moment. Par exemple, le projet de **recherche** pourrait tout simplement venir d'une exigence extérieure qui attribue des subventions à des **recherches** déterminées ou à des évaluations. Ce motif ne suffit pas à fonder une **recherche-action**. Celle-ci éclairera d'autant mieux l'avenir et les actions de l'organisme qu'elle s'inscrit, à titre de stratégie, dans le programme général d'activités. Donc, avant d'amorcer quoique ce soit, prenez du recul, réfléchissez sur la vocation de votre organisme, sur les caractéristiques du milieu, sur vos interrogations courantes et précisez pourquoi il importe de faire une **recherche**, où elle se situe dans l'ensemble de vos **objectifs** et ce que vous en attendez.

Vous trouverez une marche à suivre dans la Boîte à outils, en page 66.

---

## Désigner les personnes en charge de la recherche

---

Un comité de **recherche** comporte idéalement de six à huit membres dont les rôles se répartissent comme suit:

- Certains-es fournissent des informations utiles à la **recherche**;
- Certains-es représentent les perspectives d'ensemble de l'organisme (conseil d'administration, coordonnatrice ou coordonnateur, membres du collectif, etc.);
- Certains-es réaliseront la **recherche**
- Certains-es, venant de l'extérieur, apportent un éclairage particulier vu leur implication dans la problématique étudiée.

L'annexe G précise les qualifications et les conditions d'embauche des membres de l'équipe de **recherche**.

---

## Déterminer le mode de prise de décisions, c'est-à-dire:

---

- Préciser qui a le pouvoir de prendre les décisions;
- Clarifier le mandat du comité de **recherche**.

Par exemple, le mandat pourrait être décrit de la façon suivante:

1. Définir et coordonner le projet de **recherche**.
2. Veiller à l'ensemble du processus et apporter les modifications nécessaires.
3. Examiner, **analyser** et discuter les **données de la recherche**.
4. Faire le pont entre le projet de **recherche** et l'organisme (le personnel, les bailleurs de fonds, le conseil d'administration, etc.).
5. Respecter et protéger la confidentialité de l'information.

---

## Organiser le travail

---

Il s'agit ici de circonscrire les tâches liées à la **recherche** et de les répartir sur un échéancier une fois les dix étapes franchies (voir page 94). Ensuite, vous pourrez planifier votre budget. (Voir dans l'annexe E comment élaborer un plan de travail.)

---

## Fixer le budget de la recherche

---

Il importe au préalable de bien circonscrire les ressources nécessaires à la **recherche** et d'avoir complété le plan de travail. Voir les détails à la page 97. En outre, l'annexe F fournit d'autres précisions sur les questions budgétaires.

## Mettre au point le plan de la recherche

---

Le plan de **recherche** donne une vue d'ensemble du projet. Il permet également de toujours le décrire dans les mêmes termes. Ce plan peut servir à formuler vos demandes de subventions le cas échéant.

Voici ce que comporte un plan de **recherche**.

1. Les raisons qui justifient la **recherche**:
  - ce qui vous a conduits-es à l'entreprendre;
  - les questions auxquelles vous espérez qu'elle réponde;
  - à quoi serviront les résultats obtenus.
2. Les **hypothèses** et les présupposés à l'égard des problèmes étudiés:
  - vos intuitions, ce que vous vous attendez à découvrir;
  - vos convictions sur le sujet;
  - vos connaissances actuelles sur la question.
3. Le **contexte** de la **recherche**, c'est-à-dire:
  - les circonstances, les conditions, l'environnement dans lesquels se déroulera la **recherche**;  
Par exemple, les caractéristiques du milieu investigué, la description du groupe interrogé, le moment où la **recherche** intervient dans l'histoire de cette collectivité, etc.
4. Les **buts** et les **objectifs** de la **recherche**, c'est-à-dire:
  - ce que vous souhaitez connaître ou découvrir (les **buts**);
  - les chemins intermédiaires pour y parvenir (les **objectifs**).
5. La **méthodologie** de la **recherche**, c'est-à-dire:
  - comment elle sera menée;
  - qui se chargera des tâches requises;
  - comment vous prévoyez obtenir les informations que vous cherchez et les réponses aux questions que vous vous posez;
  - auprès de qui vous chercherez ces réponses et pourquoi ce choix;
  - comment vous recueillerez l'information;
  - quelles règles vous adopterez pour protéger la confidentialité de vos sources;
  - votre plan de travail;
  - comment vous prévoyez diffuser vos résultats et auprès de qui;
  - les actions et les activités à long terme qui pourraient s'en suivre.

Vous trouverez au cours des pages qui suivent les informations nécessaires pour établir votre plan de **recherche**. Nous vous conseillons vivement de respecter la séquence ou la succession des étapes.

# ÉTAPE

## 2

## La matrice de l'information

### Que voulons-nous savoir?

**TEMPS NÉCESSAIRE**

Entre deux et trois heures.

**ACCESSOIRES**

Tableau à feuilles, stylos feutres, ruban adhésif.

**ACTEUR**

Le comité de recherche.

**UTILITÉ DE L'EXERCICE**

C'est l'occasion de formuler et de mettre sur papier toutes les idées possibles concernant la **recherche**. Au cours de cette démarche tous-tes les membres du comité mettent la main à la pâte. Dès l'étape suivante, on plongera au coeur même de la **recherche**. À première vue, cette foule de questions apparaîtra ardue: il importe grandement d'y répondre quand même.

### COMMENT ÉTABLIR LA MATRICE D'INFORMATION?

Faites un tableau avec les titres de colonnes suivants:

QUE VOULONS-NOUS SAVOIR?	POURQUOI?	QUE SAVONS-NOUS DÉJÀ?	OÙ TROUVER LES RÉPONSES?	À QUI S'ADRESSER?	DE QUEL TYPE D'INFORMATION AVONS-NOUS BESOIN?
--------------------------	-----------	-----------------------	--------------------------	-------------------	---

Complétez une colonne avant de passer à la suivante.

### Que voulons-nous savoir? Qu'avons-nous besoin de savoir?

Consignez toutes les réponses exprimées, même si elles apparaissent contradictoires. Voir à ce que tout le monde puisse formuler et développer ses idées. Mieux vaut discuter tout de suite des divergences qui se présentent que d'attendre plus tard.

### Pourquoi?

Voilà une bonne question! La réponse dépend des **buts** de la **recherche**. Il s'agit donc, ici, d'établir le plus clairement possible ce qu'on envisage corriger, faire ou mettre sur pied à partir des résultats de la **recherche**.

Si vous êtes dans le doute, c'est aussi le moment de vous demander dans quelle mesure la **recherche** est la meilleure stratégie possible. À cet égard, vous trouverez dans la Boîte à outils une grille qui vous permettra de répondre.

---

### Que savons-nous déjà?

Ce sont l'expérience et la réflexion qui font émerger les sujets de **recherche**. En répondant à cette question, vous aurez déjà une information disponible.

---

### Où trouver les réponses ?

Où chercherons-nous les réponses à nos questions? Dans quel milieu ou dans quelle collectivité? Quelles publications pertinentes allons-nous consulter? Quelles études sont disponibles sur le sujet de notre **recherche**?

---

### À qui s'adresser?

Si vos sources d'information se trouvent dans la population que dessert l'organisme, à quelles personnes vous adresserez-vous plus particulièrement? Si vous avez besoin de certains livres et documents, où irez-vous les chercher?

---

### De quel type d'information avons-nous besoin?

S'agit-il de **données** descriptives? Faudra-t-il des chiffres, des **statistiques**? S'agit-il de recueillir des témoignages? De sonder l'opinion des gens?

Les réponses à ces questions serviront à déterminer le genre d'outil de **recherche** qui conviendra.

## POUR RAFFINER LA MATRICE D'INFORMATION

---

### Comment l'utiliser?

Il s'agit maintenant de raffiner la matrice d'information: éliminer les redites, préciser certaines pistes, etc. Voici quelques questions qui guideront votre effort de «raffinage».

- Quel volume d'informations voulons-nous recueillir? Est-ce trop? Quelles sont les questions absolument indispensables? Quelles sont celles qu'on peut éliminer? Obtiendrons-nous assez d'informations? Aurions-nous oublié certaines questions?
- Si nous avons énoncé plusieurs fois une même question sous des formes différentes, pouvons-nous formuler une question qui les synthétise?
- Les réponses à la question «Pourquoi voulons-nous le savoir?» correspondent-elles à notre problématique de départ? Pourrions-nous corser davantage ces raisons en fonction des **buts** de la **recherche**?
- Si nous savons déjà certaines choses, qui, précisément, détient de l'information et comment la recueillir?
- Avons-nous bien précisé où aller chercher l'information requise et quels outils nous permettront d'obtenir une information branchée sur les **objectifs** de la **recherche**?
- Les outils nécessaires à la cueillette des **données** s'inspireront surtout des réponses aux questions «Où trouver l'information?», «À qui s'adresser?» et «De quel type d'information avons-nous besoin?». (Les moyens de choisir ces outils sont présentés à la septième étape).

Votre matrice d'information peut maintenant être affichée et vous pouvez passer à l'opération suivante.

Que voulons-nous savoir?	Pourquoi?	Que savons-nous déjà?	Où trouver les réponses?	À qui s'adresser?	De quel type d'information avons-nous besoin?
Comment s'arrangent les familles pour faire garder les enfants?	Répertorier les pratiques des familles	—	Auprès d'un échantillon de familles du quartier	Parent qui s'occupe principalement des enfants	Témoignages + descriptions de la vie familiale et de la garde des enfants
Quels sont les besoins concrets des familles à l'heure actuelle?	Comprendre leur situation et s'informer	Rien	"	"	"
Quels sont les critères des familles en matière d'accessibilité et de tarifs des services de garde?	Connaître leurs besoins et trouver des moyens d'y répondre	—	"	"	Description (comparaison avec tarifs pratiqués ailleurs)
Quels types de services les familles préfèrent-elles?	S'informer, identifier d'éventuels obstacles	Rien	"	"	Descriptions + témoignages
Quelle est la situation des familles? - langue - culture - réseaux de soutien	S'informer, dresser un portrait des familles du quartier	Rien			Descriptions + fiche technique
Ce qui se passe dans la journée d'une famille: - qui travaille à l'extérieur - qui travaille à la maison - qui s'occupe des enfants - comment se prennent les décisions à ce sujet - comment c'est vécu - comment les besoins en matière de garde peuvent changer. Quand?	Dresser un portrait de la vie familiale	Rien	Familles	Personne qui s'occupe des enfants	Descriptions + témoignages
En quoi la question de la garde des enfants influe sur le travail: - à l'extérieur - à la maison - quelles solutions sont adoptées? Pourquoi?	Avoir un portrait de la situation	Rien	Familles	Personne qui s'occupe des enfants	Descriptions + témoignages

Que voulons-nous savoir?	Pourquoi?	Que savons-nous déjà?	Où trouver les réponses?	À qui s'adresser?	De quel type d'information avons-nous besoin?
<p>Comment les parents sont-ils informés des services et des programmes existants:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- allocations</li> <li>- garderies</li> <li>- services de santé</li> <li>- services sociaux</li> <li>- écoles</li> </ul>	Savoir si les familles sont réellement informées des services existants		Familles + personnel des services	<p>Personne qui s'occupe des enfants</p> <p>Responsable en charge des services</p>	<p>Descriptions</p> <p>Descriptions</p>
<p>Depuis combien de temps les familles résident:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- dans le quartier</li> <li>- au Canada</li> </ul>	Avoir un portrait de la situation	Rien	Familles	Personne qui s'occupe des enfants	Fiche technique
Quels sont les principes et valeurs des familles concernant les services de garde?	Identifier les obstacles potentiels		Familles	Personne qui s'occupe des enfants	Descriptions
Quels services et programmes pour les enfants et les jeunes, les familles utiliseraient-elles s'ils existaient?	Cerner ce qui est faisable et ce qui ne l'est pas		Familles	Personne qui s'occupe des enfants	Réponses à des questions fermées (oui-non)
<p>Qui vit dans chaque maison/ logement?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nombre de personnes?</li> <li>- âges</li> <li>- revenus</li> <li>- origine culturelle</li> </ul>	Dresser un portrait démographique du quartier	Certaines données recueillies lors d'une enquête précédente	Recensement répertoire des villes		Statistiques + données tirées des fiches techniques
Quelle est la clientèle desservie par les services existants?	Localiser les lacunes		Personnel des services	Responsable de service	Données quantitatives, chiffres, catégories de clientèle
Quels programmes offrent-ils? Pourquoi? Quels programmes voudraient-ils offrir? Comment évaluent-ils les besoins de la clientèle qu'ils desservent?	Comparer avec les besoins exprimés par les familles		Personnel des services	Responsables	Données quantitatives, chiffres, descriptions
De quelles ressources disposent-ils pour faire leur travail (organismes, financement)? Quelles difficultés rencontrent-ils?	Connaître la situation des personnes qui travaillent dans les services.	Certaines données acquises par expérience	"	"	Descriptions
Que pourrait-on faire à leur avis pour que le réseau de services soit mieux adapté à la clientèle du quartier?	Voir quelles sont les suggestions les plus réalistes, les plus pratiques		"	"	Descriptions

## L'exemple de la matrice d'information

---

Cette matrice a été mise au point au cours d'une **recherche** destinée à identifier les moyens d'améliorer les services de garde pour enfants dans une collectivité **donnée**. En voici une description rapide, puisque nous y reviendrons souvent.

La **recherche** consistait à répertorier les besoins d'une population donnée dans le domaine bien précis mentionné. Ce genre de **recherche** est typiquement communautaire. Incidemment, elle a révélé dans quelle mesure et pourquoi les gens utilisaient (ou n'utilisaient pas) les services de garde.

Cette **recherche** illustre bien notre propos:

- elle devait permettre de mieux comprendre comment vivent les gens;
- elle donnait au groupe l'occasion d'écouter les utilisateurs-trices de services définir leurs propres besoins;
- elle tenait compte des divers groupes culturels coexistant dans le milieu;
- elle fit appel à toute une gamme d'outils de cueillette des **données**.

# ÉTAPE

## 3

### L'opportunité de recourir à des experts-es

#### TEMPS REQUIS

Environ 30 minutes.

#### ACCESSOIRES

Tableau à feuilles, ruban adhésif, stylos feutres et matrice d'information.

#### ACTEUR

Le comité de recherche.

#### UTILITÉ DE L'OPÉRATION

Cette étape consiste à évaluer les compétences déjà présentes dans le groupe et celles qui lui manquent. Cette discussion collective vous permettra aussi de mettre en commun le réseau de relations de chaque membre du groupe et ses possibilités d'établir des contacts.

### MARCHE À SUIVRE

Relisez votre matrice d'information. Ensuite, faites un tableau avec les titres de colonnes suivants:

DE QUEL TYPE D'AIDE AVONS-NOUS BESOIN?	POURQUOI?	AUPRÈS DE QUI ALLER LA CHERCHER?	COMMENT CONTACTER CES PERSONNES?
---	-----------	--	---

Vous pouvez remplir ce tableau à l'horizontale. Autrement dit, il n'est pas nécessaire de compléter chaque colonne avant de passer à la suivante.

#### De quel type d'aide avons-nous besoin?

Il s'agit de préciser le genre d'assistance qui conviendrait: des conseils sur le sujet de la **recherche** ou sur les outils de **recherche**? Des lettres d'appui de personnes concernées ou militant sur le sujet de la **recherche**? Des informations pour choisir les personnes à interviewer ou pour trouver des **répondants-es**? Des interprètes, des traducteurs-trices? Des renseignements sur l'animation de groupe? Apprendre des techniques d'entrevue?

#### Pourquoi en avons-nous besoin?

Voilà une question à laquelle vous devez répondre très clairement: il importera de décrire le plus exactement possible vos besoins aux personnes dont vous solliciterez l'aide ou l'assistance.

## Où trouver cette aide?

Quel appui pouvez-vous attendre du milieu, de la collectivité des autres organismes? Quelle coopération pouvez-vous espérer de la population «cible»? S'il s'agit de consultants-es ou de spécialistes: où les dénicher? Qui en connaît?

## Comment contacter ces personnes?

Un coup de téléphone? Une invitation à une rencontre? Une personne-contact qui pourra servir de lien?

Affichez ce tableau et passez à l'étape suivante.

## COMMENT NÉGOCIER AVEC UN-E CONSULTANT-E

1. Énoncez clairement quel type d'assistance vous souhaitez et pourquoi. Précisez le type de rapports que l'équipe de **recherche** entend entretenir avec lui ou elle. Dites à cette personne que la responsabilité de la **recherche** revient au groupe. Vous réitérerez ces conditions à chaque rencontre de sélection de consultants-es dont vous avez besoin.

2. Demandez-lui ce qu'elle pense de ces conditions. Quel type de collaboration propose-t-elle? Informez-vous de ses expériences pertinentes antérieures auprès de groupes communautaires. Vérifiez auprès de ces groupes comment les choses se sont passé.

3. Demandez-lui pourquoi ce travail avec votre groupe l'intéresse. Que peut lui apporter cette expérience? En quoi consiste la réussite d'un tel projet à ses yeux? Que pense-t-elle de votre organisme et de

ses perspectives d'action?

4. Demandez-lui de vous expliquer une ou deux méthodes de **recherche**. Pourquoi celles-là en particulier et comment s'appliquent-elles? Quelles règles compte-t-elle suivre?

Les explications données vous conviennent-elles? Sont-elles facilement compréhensibles? Suivant la réponse à ces deux dernières questions, vous avez trouvé la personne à consulter ou bien vous devez en chercher une autre.

5. N'oubliez surtout pas la question pécuniaire: mettez-vous d'accord sur les honoraires et sur les échéances déjà fixées. Vous pouvez ne rémunérer que des tâches spécifiques ou des heures de travail associées à certaines étapes du processus. Il n'est pas nécessaire de régler tous les honoraires en une seule fois; on peut attendre que le travail

soit terminé et jugé satisfaisant.

6. Une fois choisie la personne à consulter, prenez le temps d'en discuter avec tous-tes les membres du comité de **recherche**. Il importe que tout le monde approuve les rôles respectifs de chacun-e y compris le rôle de la personne consultante.

7. Discutez avec la personne choisie de la manière dont vous allez travailler ensemble. Entendez-vous sur son rôle et ses responsabilités par rapport au rôle et aux responsabilités du comité. Cette entente gagne à être rédigée et fait dès lors office de contrat. Dated et signez ce contrat de part et d'autre.

8. Par la suite, ne perdez pas de vue les limites précises du rôle d'une telle personne dans votre projet de **recherche**. Le reste vous appartient: vous êtes les uniques responsables du projet.

# ÉTAPE

## 4

## Les présupposés sur la question et les hypothèses de recherche

Revenons au cas relaté en page 27. L'équipe de recherche avait anticipé le genre d'affirmations suivantes chez la population interrogée:

«Il n'existe pas suffisamment de services de garde adaptés aux différentes communautés culturelles.»  
«Nous ignorons à quoi ressemblent de tels services de garde.»

À ce propos, la recherche leur fit découvrir les données suivantes:

- Les parents ne s'attendaient pas à ce que les services de garde soient multilingues et ils ne le désiraient pas. Par contre, ils auraient souhaité que l'information sur les services leur fût offerte dans leur propre langue.

- Un grand nombre de parents occupaient deux ou trois emplois. Ils n'avaient guère de temps ou d'énergie disponible pour s'occuper des activités des enfants à l'extérieur de la maison.

- Pour bien des parents, services de garde adaptés signifiaient que des membres de la famille élargie (tantes, grands-parents) s'occupent des enfants pendant leurs heures de travail. C'était là la formule préférée par les familles interrogées et cette formule n'a rien d'une solution de facilité.

Ces données ont révélé aux enquêteurs-euses que la mise sur pied de services de garde adaptés aux communautés culturelles devaient:

- tenir compte de la situation économique de chaque famille;
- ne pas être uniquement centrés sur les besoins linguistiques des enfants;
- tenir compte du temps dont dispose la famille pour utiliser le service.

### TEMPS REQUIS

Environ une heure.

### ACCESSOIRES

Tableau à feuilles, papier, stylos feutres, les tableaux affichés antérieurement.

### ACTEUR

Le comité de recherche.

### UTILITÉ DE L'OPÉRATION

Nous avons déjà souligné l'importance d'exprimer ses propres **hypothèses** et ses convictions sur les questions impliquées dans le sujet de **recherche**. Rappelons que cet exercice permettra de mieux discerner les facteurs qui risquent d'en **blaiser** les résultats.

Dresser la liste des **hypothèses** ou des présomptions ne signifie pas que la **recherche** vise à les confirmer ou qu'elle aura échoué si les résultats ne vont pas dans cette ligne. Ce qu'on peut attendre de la **recherche**, c'est qu'elle nous éclaire à propos de ces présupposés.

## MARCHE À SUIVRE

Inscrivez en haut d'une feuille du tableau:

Par rapport à notre sujet de recherche, quelles sont les réponses déjà acquises.

Reprenez les éléments inscrits dans la colonne «Que voulons-nous savoir?» de la deuxième étape et demandez à chaque personne d'énoncer ses présupposés, ou ses convictions ou ses **hypothèses**. N'ayez pas peur d'énoncer des évidences!

- Dressez la liste des réponses.
- Discutez-en. Formulez vos divergences d'opinions. Essayez de voir pourquoi de telles différences.
- Réagissez à cette liste d'énoncés: faut-il repenser le sujet de **recherche**? Sommes-nous bien partis-es? Notre champ de **recherche** mériterait-il d'être élargi ou réduit? L'intérêt de l'un ou l'autre membre de l'équipe s'est-il modifié positivement ou négativement?
- Posez des questions pour vérifier si tout le monde se comprend bien.
- Dressez ensuite une liste d'**hypothèses** ou de présupposés qui rallie tout le monde.

Une fois cet exercice terminé, conservez les feuilles qui ont servi à l'opération. Dactylographiez les **hypothèses** retenues pour fins de consultation en cours de route. Elles seront d'ailleurs incluses dans le rapport final de la **recherche**.

Nous voilà prêts-es pour l'étape suivante.

## **EXEMPLES D'HYPOTHÈSES DE RECHERCHE**

---

Voici des hypothèses de recherche qui ont été dégagées d'après la recherche décrite à la matrice d'information (page 27).

1. Dans le quartier, un grand nombre d'enfants d'âge scolaire reste sans surveillance entre 15 et 18 heures.
2. Les services de garde sont insuffisants dans le quartier.
3. Deux obstacles majeurs entravent l'utilisation des services existants: l'inaccessibilité des lieux et les coûts élevés.
4. Les gens ont besoin de toute une gamme de services de garde; ils-elles utiliseront ces services si on les leur offre.
5. Les attentes en matière de services pour enfants varient en fonction de la classe sociale et de la culture d'origine.
6. Les besoins des familles en matière de services de garde changent tout le temps.
7. Il y a une absence totale de coordination, tant dans le milieu qu'au niveau gouvernemental, en matière de services de garde.
8. Les familles tiennent à la sécurité de leurs enfants et à ce qu'ils reçoivent des soins adéquats.
9. Les gens tendent à faire leurs choix en cette matière sur la foi de leur expérience antérieure.
10. S'il existe des mesures d'appui aux personnes qui font du gardiennage sans permis, la sécurité des enfants sera aussi bien assurée que dans les garderies autorisées.
11. Les services de garde doivent inclure la garde à domicile et la garde à l'extérieur.
12. Les services de garde adaptés aux communautés culturelles sont insuffisants.
13. Nous ne savons pas à quoi ressemble ce type de service.
14. Il n'y a pas une seule et unique version du multiculturalisme.
15. Notre collectivité est multiculturelle; elle n'est pas homogène.
16. Il faut apporter des modifications majeures aux programmes et aux politiques si on veut susciter de véritables changements.
17. Le nombre des femmes mères de jeunes enfants dans la population active a augmenté.
18. Nous ne savons pas comment les parents ajustent travail et vie de famille.
19. Nous ne savons pas ce que font les familles en matière de garde des enfants ni comment elles s'y prennent.

# ÉTAPE

# 5

## La description du contexte de la recherche

---

### TEMPS REQUIS

Environ 45 minutes.

### ACCESSOIRES

Tableau à feuilles, ruban adhésif, stylos feutres.

### ACTEUR

Le comité de recherche.

### UTILITÉ DE L'OPÉRATION

Une recherche ne se mène pas en vase clos ou sans rapport avec ce qui se passe dans le groupe, dans la collectivité ou sur le lieu de travail. La recherche vise précisément à changer quelque chose dans les conditions d'un milieu de vie. Il est donc essentiel de bien connaître celui-ci.

### MARCHE À SUIVRE

---

1. Inscrivez sur une feuille du tableau les items qui suivent. Vous pouvez modifier cette liste ou la compléter en fonction de votre propre milieu de travail.

#### LES CARACTÉRISTIQUES DU MILIEU OU DE LA COLLECTIVITÉ VOTRE GROUPE

LES SERVICES SOCIAUX, LE LOGEMENT, LES SERVICES DE SANTÉ

LA SITUATION ÉCONOMIQUE

LE CONTEXTE POLITIQUE

LES SOURCES DE FINANCEMENT

LES MÉDIAS

2. Reprenez ces éléments l'un après l'autre et donnez la description qui convient en vous inspirant des points de repère qui suivent.

#### - LES CARACTÉRISTIQUES DU MILIEU OU DE LA COLLECTIVITÉ

- . situation géographique;
- . situation économique;
- . profil culturel;
- . mobilité de la population.

#### - VOTRE GROUPE

- . Comment s'insère-t-il dans ce milieu?
- . Quels sont vos **objectifs** de travail?
- . Comment la population répond-elle?
- . Quelle réputation a-t-il dans le milieu?

- **LES SERVICES SOCIAUX, LE LOGEMENT, LES SERVICES DE SANTÉ (OU AUTRES...)**
  - . Quels services sont disponibles et quels sont les coûts?
  - . Quels sont leurs points forts, leurs lacunes?
  - . Existe-t-il d'autres programmes ou d'autres services offerts aux personnes que vous desservez ou en lien avec vos **objectifs**?
  - . Quels effets ont-ils sur votre groupe de travail, sur vos propres perspectives sur votre clientèle?
  - . Quelles sont les personnes que ces services ne touchent pas?
  
- **LA SITUATION ÉCONOMIQUE**
  - . Au niveau des emplois, des entreprises, des syndicats; des conditions de travail.
  - . Quelle est la situation économique des membres de votre groupe? Celle de la population en général?
  - . En quoi la situation économique des uns-es et des autres influence-t-elle le travail de votre groupe?
  
- **LE CONTEXTE POLITIQUE**
  - . Les députés-es, les conseillers-ères municipaux-ales, les diverses commissions, les partis politiques, les paliers de gouvernement appuient-ils ou appuient-elles votre travail?
  - . En quoi leurs politiques vous touchent-elles?
  - . Ces personnes se montrent-elles ouvertes au changement? Quels sont vos contacts avec elles?
  
- **LES SOURCES DE FINANCEMENT**
  - . Quelles sont vos ressources financières (locales, régionales, provinciales, fédérales)?
  - . Vos bailleurs de fonds se montrent-ils intéressés à vos **objectifs** de travail?
  - . Quelles conditions ces personnes posent-elles à leur financement?
  
- **LES MÉDIAS**
  - . Les préoccupations qui animent votre travail sont-elles représentées dans les médias?
  - . Avez-vous déjà bénéficié ou souffert des traitements médiatiques?
  - . Savez-vous comment travailler avec les médias?
  - . Avez-vous quelque contact avec les gens des médias?
  
- 3. Relisez vos réponses en vous posant les questions qui suivent.
  - . Quelles influences ces facteurs peuvent-ils avoir sur la **recherche**?
  - . Ces facteurs indiquent-ils des personnes qui pourraient être intéressées par le projet ou qui pourraient l'entraver?
  - . Discernez-vous des pistes d'action une fois obtenus les résultats de votre **recherche**?

Affichez votre démarche et passez à l'étape suivante.

# ÉTAPE

# 6

## Les buts et les objectifs de la recherche

### TEMPS REQUIS

De une à deux heures environ.

### ACCESSOIRES

Tableau à feuilles, ruban adhésif, stylos feutres, notes des étapes 2 à 5.

### ACTEUR

Le comité de recherche.

### UTILITÉ DE L'OPÉRATION

C'est maintenant le moment de définir les **buts** (ce que vous souhaitez connaître ou découvrir) et les **objectifs de la recherche** (les chemins intermédiaires pour y arriver). Cet exercice vous permettra par la suite d'expliquer en toute confiance les raisons de votre **recherche**, ses effets escomptés et les moyens qui permettront sa réalisation.

### MARCHE À SUIVRE

1. Relisez vos **hypothèses de recherche** (quatrième étape) et vos réponses à la question «Que voulons-nous savoir?» (deuxième étape). Regroupez les réponses qui présentent un ou des liens entre elles. Cette opération fera émerger le cœur de la **recherche**.
2. Reportez-vous à votre liste d'**hypothèses** et faites le tri des sujets: ceux que vous retiendrez parce qu'ils se situent au cœur de la question traitée; ceux auxquels vous devrez renoncer parce qu'ils en sont trop éloignés, ceux qui peuvent être combinés en un seul sujet et ceux qui doivent être traités à part parce qu'ils sont en marge mais néanmoins essentiels.
3. Rappelez-vous qu'on ne peut pas tout faire et n'hésitez pas à éliminer certains sujets trop éloignés du cœur de la **recherche**.
4. Examinez les thèmes retenus et «ramassez-les» dans une phrase qui pourrait commencer par: «la **recherche** se propose de ...».

**Vous voilà désormais en possession des grands buts de votre recherche.** Dans la plupart des cas, on en compte entre quatre et huit.

5. Reprenez chacun d'eux en vous posant la question suivante: comment découper ce **but** général en **objectifs** plus spécifiques qui correspondent à des actions précises pour l'atteindre.

Répondez à cette question en résumant par une phrase chaque action ou activité requise pour atteindre chacun des **buts**.

**Vous disposez maintenant de vos objectifs de recherche.** En général, chacun des buts de la recherche comporte de un à trois **objectifs**.

## EXEMPLES DE BUTS ET D'OBJECTIFS D'UNE RECHERCHE

Revenons à notre exemple en guise d'illustration (voir page 27);  
voici les **buts** et les **objectifs** de la **recherche** sur les services de garde.

**But A** (Ce que vous souhaitez connaître)  
Connaître la vie familiale des résidents-es du quartier.

**But B**  
Découvrir l'influence du problème de la garde des enfants sur la vie familiale.

**But C**  
Découvrir les perceptions des familles du quartier quant aux services de garde du quartier, si elles les connaissent, comment elles les utilisent le cas échéant et pourquoi.

**But D**  
Connaître le portrait **démographique** des familles du quartier.

**But E**  
Découvrir quels services de garde existent déjà dans le quartier, pourquoi, qui les dirige, qui les utilise.

**Objectif n° 1** (les chemins pour y arriver)  
Mener, dans le cadre de la première phase de la **recherche**, une série d'entrevues où les membres des familles décriront leur vie familiale.

**Objectif n° 2**  
Lors des entrevues, demander aux parents en quoi la garde des enfants influe sur leur vie professionnelle et leur vie familiale.

**Objectif n° 3**  
Lors des entrevues, demander aux gens de décrire comment ils-elles utilisent les services du quartier, pourquoi et ce qu'ils-elles en pensent.

**Objectif n° 4**  
Une fois la série d'entrevues terminée, on rédigera un **questionnaire** plus précis destiné un échantillon plus large de familles afin de savoir à quels types de services elles pourraient avoir recours, à quel moment elles en auraient besoin, quel prix elles sont disposées à payer, le type de programmes souhaité, etc.

**Objectif n° 5**  
Pour les fins de la **recherche démographique**, consultez les **données** de recensement, les **statistiques** et les registres municipaux.

**Objectif n° 6**  
Recueillir toute l'information écrite disponible sur les services de garde du quartier.

**Objectif n° 7**  
Consulter les principaux organismes du milieu pour repérer les services destinés aux enfants dans le quartier.

**Objectif n° 8**  
Interroger les personnes qui dispensent les services à propos de leur expérience.

# ÉTAPE

## 7

## Les méthodes de cueillette des données

---

### TEMPS REQUIS

Environ 30 minutes.

### ACCESSOIRES

Tableau à feuilles, ruban adhésif, stylos feutres, notes de la deuxième étape (mise au point de la matrice d'information).

### ACTEUR

Le Comité de recherche.

### UTILITÉ DE L'OPÉRATION

Cette étape est l'occasion de choisir les méthodes de cueillette des **données**. Ce sont ces outils qui donneront à votre cueillette son caractère **systematique**: tous-tes les **enquêteurs-euses** couvrent les mêmes sujets et posent les mêmes questions dans les entrevues individuelles ou de groupe. Seule la cueillette **systematique** des **données** permettra de dégager un matériel **analysable**; autrement, les informations seraient éparpillées et on ne pourrait rien en tirer.

Attention! Il ne s'agit pas ici de développer vos outils de cueillette de **données** comme, par exemple, composer un **questionnaire**. Cette opération attendra la dixième étape. Vous trouverez en pages 68 et suivantes des exemples d'outils de cueillette de **données**.

## MARCHE À SUIVRE

---

Revenez à vos **buts** et aux **objectifs** de la **recherche**. Ensuite, regardez votre matrice d'information (deuxième étape): qu'est-il écrit sous les rubriques.

- «Où trouver cette information?»
- «À qui s'adresser?»
- «De quel type d'information avons-nous besoin?»

Les réponses indiquent quels outils de cueillette des **données** conviennent le mieux. Voici quelques outils possibles en fonction du type d'information recherchée.

Une fois convenu votre choix, passez à l'étape suivante.

## OUTILS DE CUEILLETTE DES DONNÉES DANS LE CADRE D'UNE RECHERCHE-ACTION

---

### 1- Les entrevues

---

- Les entrevues conviennent quand on veut connaître dans le détail une situation vécue par des gens.
- Les entrevues peuvent avoir lieu à l'intérieur d'une rencontre ou au téléphone.
- Une entrevue dure généralement de une à trois heures.
- Nous vous conseillons de ne pas recourir au magnétophone; il est préférable de bien écouter la personne et de prendre des notes.
- La retranscription exige à peu près autant de temps que l'entrevue elle-même.
- Les entrevues sont l'occasion d'un contact profond avec les gens. Elles permettent quelquefois de les intéresser aux activités de votre groupe.

### 2- Un questionnaire simple

---

- On utilise le **questionnaire** quand on a déjà bien cerné un problème ou une situation et qu'on veut voir comment les gens vivent ce problème ou cette situation sous tel ou tel angle précis.
- Les **questionnaires** vous donneront un aperçu plutôt qu'une description détaillée de l'expérience des gens.
- Tous les outils de **recherche** doivent préserver la confidentialité de l'information.
- Les **questionnaires** que les gens remplissent eux-mêmes doivent être en tout point accessibles.
- Un **questionnaire** peut comporter des questions fermées (cocher des réponses suggérées), des questions ouvertes (on y répond dans ses propres termes), ou encore une combinaison des deux.
- On analyse les questions fermées en compilant les réponses ce qui est beaucoup plus rapide qu'une **analyse** de contenu (questions ouvertes).
- Les réponses aux questions ouvertes vont beaucoup plus loin. On les analyse en dégagant les contenus qui reviennent ou qui se recourent.

### 3- Les entrevues de groupe

---

- On peut utiliser des entrevues de groupe comme instrument principal, mais aussi à titre d'instrument complémentaire, c'est-à-dire à la suite d'entrevues individuelles ou après avoir passé des **questionnaires**.
- Elles permettent de recueillir le point de vue de plusieurs personnes en même temps.
- Les **participants-es** peuvent ainsi comparer leur expérience respective et penser à des aspects qui ne leur seraient pas venus à l'esprit.
- Les entrevues de groupe sont efficaces quand les personnes en présence n'ont pas trop de mal à discuter ensemble.

#### 4- Techniques d'éducation populaire et utilisation du dessin

---

- Vous pouvez utiliser l'une ou l'autre technique d'éducation populaire auprès de personnes qui ne savent pas lire, ou qui ne se sentent pas à l'aise dans des discussions en groupe, ou encore dont la langue maternelle diffère.
- Le dessin donne aussi de bons résultats
  - quand on veut montrer par une image visuelle de quelle façon telle ou telle situation est vécue;
  - quand on veut sonder plus en surface la situation des gens avant de mettre au point d'autres outils de cueillette de **données**.
- L'approche par le dessin peut susciter certaines résistances; rassurez les gens en précisant bien qu'il ne s'agit pas de produire une oeuvre d'art.
- On peut introduire le dessin dans le processus de **recherche**:
  - en organisant un groupe où les personnes dessinent;
  - en montrant des dessins à d'autres **répondants-es** lors des entrevues individuelles, leur demandant, par exemple, de se situer eux-mêmes ou elles-mêmes dans le dessin. Il faudra bien entendu noter leurs réponses.
  - En dégagant de plusieurs dessins les points communs et les différences.

#### 5- La fiche technique

---

- La fiche technique consiste à consigner quelques **données démographiques** pertinentes concernant les **répondants-es** en fonction de votre population-cible. Elle peut être remplie par l'**enquêteur-euse** ou l'**animateur-trice** suivant l'outil utilisé ou encore par les **répondants-es** individuellement s'il s'agit d'un **questionnaire**.
- On trouvera un modèle de fiche technique dans la Boîte à outils, en page 78.

#### 6- La revue de littérature

---

- Il faudra éventuellement consulter certaines archives: registres et recueils d'activités déjà existants, par exemple, le compte rendu officiel des débats parlementaires, les registres d'état civil, les répertoires des villes, les minutes des procès, etc.
- On pourrait également avoir besoin de consulter divers documents: des lettres, des biographies, des journaux personnels, des discours, des articles de journaux, des publications gouvernementales, des photographies, des énoncés de politique, etc.

#### Choisir un ou plusieurs outils de cueillette de données

---

On peut n'employer qu'un seul outil, ou en combiner plusieurs, en utilisant, par exemple, des entrevues individuelles et de groupe, ou encore en privilégiant ces dernières tout en y intégrant les techniques de dessin utilisées en éducation populaire.

# ÉTAPE

## 8

## La sélection des répondants-es

---

### TEMPS REQUIS

De 30 à 60 minutes environ.

### ACCESSOIRES

Tableau à feuilles, ruban adhésif, stylos feutres.

### ACTEUR

Le comité de recherche.

### UTILITÉ DE L'OPÉRATION

Cette huitième étape vous permettra de rendre compte éventuellement du comment et du pourquoi de la sélection de vos **répondants-es**. Ce sont les personnes susceptibles de répondre à vos questions dans le cadre des entrevues individuelles, des **questionnaires** ou des entrevues de groupe.

### MARCHE À SUIVRE

---

La sélection et le nombre de **répondants-es** ne relèvent pas d'une formule magique. Dans le cadre de la **recherche-action**, on ne vise pas à représenter tous les cas existants, mais à rendre compte de l'expérience des personnes qui répondent.

La sélection des personnes que vous choisissez d'interviewer dépend de deux facteurs:

- le temps et les ressources dont vous disposez;
- le type d'information dont vous avez besoin.

Voici quelques façons possibles.

#### La méthode «boule de neige»

---

Vous commencez par sélectionner des personnes intéressées par le sujet ou qui travaillent déjà sur la question. Demandez-leur ensuite de nommer d'autres personnes, etc.

#### Exemple:

L'équipe qui menait la **recherche** sur les services de garde a commencé par contacter les voisins et les voisines des six personnes en charge des entrevues. Elle a aussi contacté des parents qui utilisaient les services de garde offerts dans un centre communautaire. De là, le bassin des **répondants-es** a fait boule de neige.

Comme la **recherche** devait porter sur les besoins d'un large éventail de familles, on prit soin de voir représenter les six principales communautés culturelles du quartier.

## La sélection par communauté d'intérêt

---

Si vous travaillez sur un problème spécifique, vous pouvez choisir des **répondants-es** déjà concernés-es ou intéressés-es par cette question.

### Exemple:

Une **recherche** sur les besoins des sidéens-nes peut être réalisée dans un foyer pour personnes atteintes du sida.

### Les aspects qui méritent d'être considérés quand vous sélectionnez vos répondants-es.

---

- Leur expérience: ont-ils ou ont-elles vécu l'expérience ou la situation sur laquelle porte la **recherche**? Comment pouvez-vous le savoir?
- Leur disponibilité: ces personnes vont-elles accepter de vous parler? Pouvez-vous savoir où les trouver ou connaissez-vous des gens qui le savent? Avez-vous besoin des services d'un-e interprète? S'il s'agit de personnes handicapées, comment réglerez-vous la question de l'accessibilité des lieux?
- Leur représentativité et la diversité: l'expérience de vos **répondants-es** couvrira-t-elle dans l'ensemble une gamme suffisante d'expériences possibles?

# ÉTAPE

# 9

## Le nombre des répondants-es à déterminer

### TEMPS REQUIS

Environ 30 minutes.

### ACCESSOIRES

Tableau à feuilles, ruban adhésif, stylos feutres et notes prises au cours de la deuxième étape.

### ACTEUR

Le comité de recherche.

### MARCHE À SUIVRE

Dans le domaine des **recherches qualitatives**, aucune règle ne fixe la taille de votre échantillon ou vous oblige à fournir des tableaux **statistiques** pour que votre travail soit valide.

Il ne s'agira pas de généraliser les résultats obtenus, mais de comprendre l'expérience des personnes interrogées ou consultées. Votre échantillon n'est pas censé représenter une population plus large et les résultats ne serviront pas à démontrer l'ampleur d'un problème. Bref, la **recherche** ne porte pas sur des mesures **quantitatives** mais sur la «qualité» d'un champ d'expérience. C'est une **recherche** qui peut compter de 10 à 100 **répondants-es**.

Le nombre de **répondants-es** dépend des facteurs qui suivent:

- Le temps dont on dispose pour mener la **recherche**.
- Le nombre d'**enquêteurs** ou d'**enquêteuses** disponibles.
- Le type d'informations à recueillir pour établir un portrait valable de la situation ou de l'expérience à l'étude.
- Les outils de cueillette de **données** que vous avez choisis. Les entrevues individuelles, par exemple, vous fourniront une description détaillée sur la façon dont les **répondants-es** vivent le problème, mais elles exigent beaucoup de temps. Par contre, compiler un grand nombre de **questionnaires** à questions fermées ne prend pas beaucoup de temps, mais en revanche l'information obtenue sera plutôt restreinte.

# ÉTAPE

## 10

## Les outils de cueillette de données

### TEMPS REQUIS

Environ trois heures; prévoir du temps supplémentaire pour évaluer et réviser vos outils.

### ACCESSOIRES

Tableau à feuilles, ruban adhésif, stylos feutres et notes des étapes précédentes.

### ACTEURS-TRICES

Les **enquêteurs-euses** qui devront faire un rapport de leurs activités à l'ensemble du comité de recherche.

### MARCHE À SUIVRE

#### 1. LES ENTREVUES INDIVIDUELLES

Outils nécessaires: l'aide-mémoire et le guide d'entrevue.

#### *L'aide-mémoire*

#### À quoi sert un aide-mémoire?

- L'**aide-mémoire** n'est pas un **questionnaire** mais un **guide** qui rappelle aux **enquêteurs-euses** les thèmes qu'ils ou qu'elles devront aborder au cours de chaque entrevue.
- Muni-e de son **aide-mémoire**, l'intervieweur-euse est davantage un-e **animateur-trice** qu'une personne qui aligne des questions les unes à la suite des autres.
- Aussi l'**aide-mémoire** est-il un outil souple et très ouvert qui offre des points de repère plutôt que des formules précises. Il permet à l'**animateur-trice** d'approfondir les thèmes abordés.

#### Comment construire l'aide-mémoire?

- Relisez les **buts** et les **objectifs** de la **recherche** (cinquième étape), et la partie de votre matrice d'information intitulée «Que voulons-nous savoir?» (deuxième étape).
- Dégagez les principaux sujets à traiter: huit ou dix suffisent.
- Parmi les réponses à la question «Que voulons-nous savoir?», repérez des éléments qui compléteront l'information et dont pourraient s'inspirer quelques sous-questions.

### Exemple d'aide-mémoire

«Nous voulons comprendre comment le fait de passer de l'état de séropositif-ve à de sidéen-ne a influencé vos rapports avec votre milieu. Nous vous demanderons d'abord de décrire ces rapports lorsque vous étiez séropositif-ve, puis, nous essaierons ensuite de voir ce qui a changé et pourquoi».

En gros, nous cherchons à déterminer comment les services à la collectivité peuvent répondre à vos besoins actuels.

#### Sujets à traiter:

Travail	Magasinage
Logement	Relations amicales
Loisirs	Transports
Culture/sorties	Services sociaux
Éducation	Services de santé

#### Questions:

Depuis que vous avez contracté le SIDA, en quoi les choses ont-elles changé? Pourquoi?

## Le guide d'entrevue

### Qu'est-ce qu'un guide d'entrevue?

- Il s'agit d'une série de questions bien définies mais ouvertes sur l'ensemble des aspects à traiter et accompagnées de demandes de précisions. N'oubliez pas que votre travail ne sera **systematique** que si les mêmes questions sont posées à tous-tes les **répondants-es**.
- Il se pourrait que des questions s'ajoutent en cours de route; n'oubliez pas de les inclure dans le compte rendu final de l'entrevue.
- Limitez votre **guide d'entrevue** à six ou sept questions de fond.
- Les questions sont ouvertes. Vous demandez à votre interlocuteur-trice de répondre dans ses propres mots et vous notez ses propos. Il s'agit ici de recevoir le témoignage d'une expérience personnelle.
- Ici, les questions sont plus précises que celles de l'**aide-mémoire**.
- Chaque entrevue dure généralement de une heure et demie à deux heures.
- Généralement, une vingtaine ou une trentaine d'entrevues parviennent à donner une description claire de l'expérience ou de la situation étudiée.

### Comment rédiger votre guide d'entrevue

- Reprenez les **buts** et les **objectifs** de la **recherche** (cinquième étape) et la partie de la matrice d'information intitulée «Que voulons-nous savoir?» (deuxième étape).
- Identifiez les grands thèmes à couvrir.
- Formulez chacun d'eux sous la forme d'une question ouverte plus générale ou de plusieurs questions.

- Il est important d'éviter les répétitions.
- En prenant soin de relire l'ensemble des questions, éliminez celles qui ne sont pas indispensables.
- En vous inspirant de vos réponses à la question «Que voulons-nous savoir?» (deuxième étape), ajoutez à chaque thème une série de points qui visent à pousser plus loin le récit de l'expérience.

### **EXEMPLE DE GUIDE D'ENTREVUE**

Revenons à la **recherche** sur les services de garde d'enfants (page 27) et voyons son **guide d'entrevue**.

1. Parlez-moi de votre famille.  
Questions: - Quels-les membres la composent?  
- Depuis combien de temps vivez-vous dans le quartier, au Canada?
2. Parlez-moi de la vie quotidienne dans votre famille.  
Questions: - Qui va à l'école? Quand? À quel moment les enfants sont-ils à la maison?  
- Qui travaille à l'extérieur? Quand? Où?  
- Que font les enfants après l'école?  
- Que font les autres membres de la famille?
3. Comment vivez-vous, vous et votre famille dans ce quartier?  
Questions: - Connaissez-vous des gens? Qui? Comment les avez-vous rencontrés?  
- Comment avez-vous pris connaissance des services, programmes et activités offerts dans le quartier?  
- Quels services utilisez-vous? Que vous apportent-ils? Qu'est-ce qui vous aiderait?
4. Comment vous arrangez-vous actuellement pour garder ou faire garder vos enfants?  
Questions: - Que faites-vous? Pourquoi? En quoi les besoins changent-ils?  
- Que ressentez-vous face à ça?  
- La question de la garde des enfants a-t-elle des répercussions sur d'autres aspects de votre vie?  
- En général, comment cela se passe-t-il pour vous?
5. Quel type de services de garde répondraient le mieux aux besoins de votre famille?  
Questions: - Seriez-vous intéressé-e par de tels services?  
- Quelles sont vos préférences?  
- En quoi cela serait-il mieux?  
- Si vous organisiez des programmes ou des services pour les enfants/les familles qui habitent sur votre rue/les gens que vous connaissez/votre communauté culturelle, quels programmes planifieriez-vous? Pourquoi?  
- Comment les feriez-vous connaître?

## 2. LE QUESTIONNAIRE

---

### De quoi s'agit-il?

---

- Il s'agit d'une série de questions ouvertes ou fermées ou encore d'une combinaison des deux.
- On peut administrer un **questionnaire** de multiples façons: le ou la **répondant-e** peut le remplir en votre présence ou encore vous lui posez les questions verbalement tout en consignait vous-même les réponses. Vous pouvez également envoyer le **questionnaire** par la poste ou le remettre en mains propres à vos **répondants-es** qui vous le posteront une fois rempli ou qui vous le remettront quand vous passerez chez eux ou chez elles. Cette méthode demande plus d'énergie, mais elle est plus efficace. Un rappel téléphonique peut également augmenter le nombre de **questionnaires** remplis et retournés.
- Encore une fois, les **questionnaires** vous fourniront un aperçu et non une description détaillée de l'expérience des gens.

### Comment rédiger le questionnaire

---

- Relisez la partie «Que voulons-nous savoir?» de votre matrice d'information (deuxième étape) ainsi que les **buts** et les **objectifs** de la **recherche** (cinquième étape).
- Dressez une liste des grands thèmes que vous voulez aborder.
- Formulez le nombre de questions qui vous semble nécessaire pour couvrir chaque grand thème. Attention! les longs **questionnaires** peuvent décourager: ne posez que les questions nécessaires.
- Formulez des questions ouvertes et des questions fermées selon les besoins de l'**enquête**.
- Passez votre liste de questions en revue:
  - chaque question doit être claire;
  - chaque question doit être unique: évitez de poser deux questions en une;
  - chaque question doit être reliée à un thème.
- Éliminez les questions
  - répétitives,
  - insuffisamment claires,
  - inutiles.
- Attribuez un numéro à chaque question.
- Testez préalablement votre **questionnaire** auprès d'une personne représentative de votre échantillon de **répondants-es**.
- Analysez les résultats de ce test:
  - les questions ont-elles été toutes comprises?
  - les réponses obtenues conviennent-elles aux besoins de votre **recherche**?

- Éliminez ou ajoutez des questions au besoin.
- Vous trouverez un modèle de **questionnaire** dans la Boîte à outils en page 75.

### 3. L'ENTREVUE DE GROUPE

---

#### De quoi s'agit-il?

---

- Il s'agit de réunir un groupe de personnes partageant la même expérience et de les inviter à en discuter.
- C'est une façon d'interviewer plusieurs personnes en même temps.
- L'entrevue de groupe vous permet d'obtenir tout de suite un point de vue collectif sur une situation qui fait problème. Cette manière de faire stimule davantage les **répondants-es** à partager quelques aspects de leur expérience commune et elle permet d'aborder leurs préoccupations ainsi que les problèmes à surmonter. Toutefois, elle ne donne les résultats escomptés que si les personnes se sentent à l'aise dans le groupe et à l'égard du sujet traité.

#### Comment faire?

---

- Choisissez les personnes en utilisant les méthodes indiquées en page 41 (la sélection des **répondants-es**).
- La rencontre du groupe peut se dérouler n'importe où à condition que la discrétion soit assurée. Vous pouvez faire la rencontre dans une maison privée, autour d'une table de cuisine, par exemple.
- Un-e **enquêteur-euse** (ou deux) anime(nt) la discussion et prend (prennent) des notes.
- Il est préférable d'écrire les notes sur le tableau à feuilles pour que tout le monde puisse les voir. Au cas où certaines personnes ne savent pas lire ou ne maîtrisent pas la langue utilisée, on éliminera le tableau à feuilles et on charge un-e membre de l'équipe de prendre les notes. On devra prévoir dans certains cas les services d'un-e interprète.
- La personne qui anime la rencontre utilise un **aide-mémoire** et une liste de sujets déterminés pour guider la discussion.
- Vous pouvez combiner la méthode par-le-dessin et l'**entrevue de groupe**.
- Retranscrivez les notes après la rencontre en prenant soin de dresser un compte rendu complet de la discussion; ne vous contentez pas de ne relever que les points saillants.

## 4. LES MÉTHODES D'ÉDUCATION POPULAIRE — «DESSINONS NOTRE EXPÉRIENCE»

---

### De quoi s'agit-il?

---

- Les **participants-es** décrivent au moyen d'un dessin de quelle manière un problème les touche ou quelle est leur vie quotidienne dans la collectivité; cette démarche stimule la discussion. Elle fournit aussi un document, un témoignage visuel.
- Le dessin permet aux **participants-es** de faire des liens entre différents aspects de leur vie et entre leur expérience et celle des autres.
- Vous pouvez utiliser la méthode du dessin pour faire une entrevue de groupe.

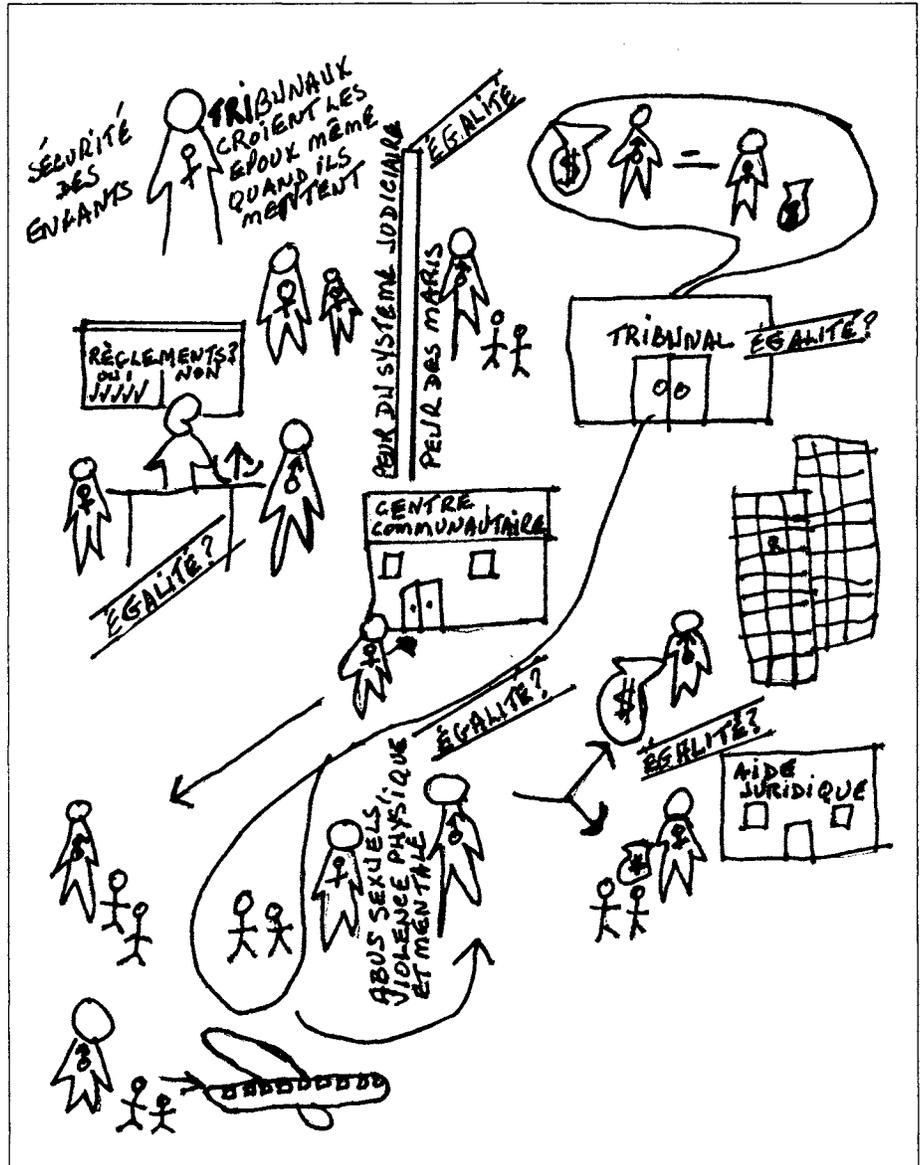
### Comment faire?

---

- Fixez au mur de grandes feuilles de papier et distribuez des stylos feutres à tout le monde. Invitez un-e **participant-e** à dessiner. Plusieurs personnes peuvent vouloir dessiner à tour de rôle.
- Commencez par poser aux **participants-es** la question la plus fondamentale de votre **enquête**, c'est-à-dire quelle expérience ils ou elles en ont de telle ou telle situation ou de tel ou tel problème.
- Chaque personne doit se représenter elle-même au centre du dessin (ou c'est le-la dessinateur-trice qui se charge de le faire). Si chaque personne fait déjà partie d'un groupe organisé, c'est le groupe en question qu'on placera au centre du dessin. Vous pouvez utiliser un cercle ou tout autre symbole qui conviendra à tout le monde.
- Invitez chaque personne à dire en quoi le problème la touche directement ou indirectement.
- Indiquez tous les facteurs qui influent sur l'expérience de cette personne.
- Dessinez des lignes et des flèches qui illustrent les liens entre les différents éléments et qui localisent les obstacles.
- Rappelez à tout le monde que c'est leur point de vue qui nous intéresse; invitez-les à dire tout ce qu'ils ou qu'elles savent.
- Une fois le dessin terminé, invitez le groupe à discuter des choses qu'il révèle en fonction des questions suivantes: «Qu'est-ce qui nous arrive? À quoi ressemble notre vie?»
- Les **enquêteurs-euses** doivent consigner en détail tout ce que disent les **participants-es**. Vous **analyserez** ces notes plus tard en procédant de la même façon que pour les comptes rendus d'entrevues individuelles ou de groupe.

**EXEMPLE**

**DESSINONS NOTRE EXPÉRIENCE: LA GARDE DES ENFANTS**



## 5. LA FICHE TECHNIQUE

---

### De quoi s'agit-il?

---

- La fiche technique permet de consigner des **données démographiques** élémentaires telles que l'âge et le sexe de vos **répondants-es**.
- Tout instrument d'**enquête** doit être muni d'une fiche technique.

### Comment préparer une fiche technique

---

- Reprenez votre matrice d'information (deuxième étape) pour vous rappeler les **données démographiques** dont vous avez besoin.
- Ne demandez que les choses qui servent aux fins de la **recherche**. Des **répondants-es**, en particulier les immigrants-es issus-es de régimes politiques oppresseurs, éprouvent de la crainte devant ce genre de questions.
- Une fiche technique doit toujours inclure les informations suivantes:
  - le nom ou le numéro de code pour chaque **répondant-e**;
  - le nom de la personne qui interview;
  - la date, le lieu et la durée de l'entrevue.
- Une fiche technique peut parfois indiquer:
  - les raisons pour lesquelles cette personne a été choisie;
  - la façon dont on l'a contactée;
  - ce qui relie le ou la **répondant-e** au sujet de la **recherche**;
  - les personnes qui ont établi le lien avec le ou la **répondant-e**.
- On peut avoir également besoin des **données** suivantes:
  - l'âge;
  - l'état matrimonial;
  - la scolarité;
  - le revenu;
  - le nombre d'enfants;
  - la région/localité/quartier où réside le ou la **répondant-e**;
  - le nombre d'années passées dans cette région/localité/quartier;
  - la profession.

Vous trouverez dans la Boîte à outils un modèle de fiche technique.

## 6. LA REVUE DE LITTÉRATURE

---

### De quoi s'agit-il?

---

- Une revue de littérature consiste à consulter des **données** déjà disponibles sur la question à l'étude: articles, actes de colloques, brochures, dépliants, énoncés de politique, etc.
- Cette opération permet de vérifier la pertinence de votre **recherche**. Vous pourriez, par exemple, découvrir que certains aspects de votre **enquête** ont déjà été étudiés et qu'il suffit de les consulter.
- Vous pouvez trouver dans le matériel déjà existant d'autres **données** susceptibles de compléter vos propres informations.

- La revue de littérature peut révéler une approche du même problème sous d'autres angles et, par là, enrichir votre propre analyse de la question.

### Comment faire?

---

- Dès le début et tout au long du processus de **recherche**, ramassez tout le matériel écrit qui apparaît utile.
- Sur des fiches cartonnées ou sur ordinateur, inscrivez les informations qui se rapportent à tel ou tel aspect de votre **recherche** et relevez les tendances qui se dégagent de ce que vous lisez. (N'oubliez pas d'indiquer les références de chaque texte mentionné ou utilisé, y compris le chapitre, le numéro de page, etc.).
- Vers la fin du processus de **recherche**, consultez ces notes pour en avoir un portrait d'ensemble. Identifiez les théories ou les idées les plus courantes, les observations utiles, les lacunes éventuelles. Par exemple, si aucun des documents consultés ne traite d'une question que vous jugez importante, tâchez de trouver une référence ailleurs. Si vous ne trouvez rien, mentionnez-le dans le rapport final éventuel sous la rubrique «sujets non traités dans la littérature».
- Discutez de votre revue de littérature au sein du comité de **recherche**; par exemple, essayez de voir comment ces informations s'apparentent ou se distinguent des **données** que vous-mêmes recueillez.
- Faites une liste de tous les ouvrages et documents que vous consultez, en prenant soin d'indiquer l'auteur-e, le titre, l'éditeur et la date de publication. Dans un rapport de **recherche**, c'est ce qu'on appelle la bibliographie.

## 7. LE JOURNAL OU LE CAHIER DE BORD DES RÉPONDANTS-ES

---

### De quoi s'agit-il?

---

- Un journal est un compte rendu de ce qui se passe quotidiennement dans la vie du ou de la **répondant-e**, avec ses commentaires sur les choses jugées importantes.
- Un cahier de bord rend compte du nombre et du type d'événements et de contacts survenus pendant une certaine période de temps. Vous pouvez par exemple demander à vos **répondants-es** de consigner dans un cahier de bord le nombre et le type d'appels téléphoniques quotidiens.

### Comment faire?

---

- Vous pouvez avoir besoin d'informations portant sur telle ou telle expérience des gens interrogés. Dans ce cas, vous pouvez leur demander de tenir un journal sur ce thème pendant une semaine ou deux.

Par exemple, un organisme oeuvrant auprès de personnes atteintes du SIDA fait une **recherche** sur les groupes de croissance personnelle. Il peut demander à certains **répondants-es** de tenir un journal pour y consigner leur propre expérience dans un tel groupe.

- On peut également tenir un journal de bord à propos du processus de **recherche** lui-même et constituer ainsi des archives.
  - Tenir un journal permet de comprendre comment et pourquoi on a pris telle ou telle décision à tel moment du processus;
  - Chaque chercheur-e peut tenir un journal ou encore le comité peut déléguer cette responsabilité à un-e de ses membres.
- Si la **recherche** nécessite l'utilisation d'un cahier de bord, celui-ci devra être tenu de manière uniforme. Par exemple, s'il s'agit de rendre compte des appels téléphoniques, tous-tes les membres devront consigner l'information de la même façon.

**Votre parcours en dix étapes est maintenant terminé. Vous pouvez compléter les tâches administratives et le travail de planification amorcés à la première étape.**

Ces dix étapes franchies, vous savez maintenant à quoi vous en tenir. Il s'agit maintenant de terminer le travail commencé à la première étape (page 24). Rappelez-vous, il vous reste à :

- rédiger le plan de la **recherche**;
- établir le plan de travail;
- fixer le budget.

La plupart du temps, une ou deux personnes de l'équipe de **recherche** peuvent s'acquitter de ces tâches en une ou deux semaines. Ensuite, le comité de **recherche** se réunit pour réviser le projet, le plan de travail et le budget.

Jetez un oeil sur le tableau de la page 54 qui indique la liste des tâches requises et la mesure approximative du temps qu'elles prennent. Vous avez là une idée assez précise de ce qui vous attend et une base pour établir votre budget.

Qu'il s'agisse d'une **recherche** modeste ou d'un projet plus ambitieux, il faudra :

- mesurer de façon réaliste le temps à consacrer aux entrevues (on a tendance à le sous-estimer);
- prévoir au moins autant de temps pour **analyser** et **interpréter** les **données**;
- prévoir, si vous produisez un rapport, deux fois plus de temps pour la rédaction que pour la cueillette et l'**analyse** des **données**. Il faut aussi prévoir du temps pour la révision, les corrections, la production et l'impression.

Dans l'annexe E, vous trouverez un exemple de marche à suivre pour établir un plan de travail à partir d'un exemple concret.

## CALENDRIER DE TRAVAIL

### LES DIX ÉTAPES

- Prévoir deux à trois jours de travail quand on les fait une à la suite de l'autre; généralement les étapes sont échelonnées sur plusieurs semaines.

RÉDIGER LE PLAN DE LA RECHERCHE

ÉTABLIR LE PLAN DE TRAVAIL  
FIXER LE BUDGET

RECUEILLIR LES DONNÉES

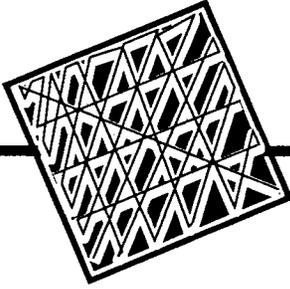
1 entrevue = 2 heures à faire et  
2 heures à écrire  
4 heures

Toutefois, allouer une journée pour chaque entrevue.

ANALYSER ET INTERPRETER LES DONNÉES

SUITES À DONNER À LA RECHERCHE

(SI VOUS PRODUISEZ UN RAPPORT, PRÉVOIR DEUX FOIS PLUS DE TEMPS POUR LA RÉDACTION QUE POUR LA CUEILLETTE ET L'ANALYSE DES DONNÉES)



# TROISIÈME PARTIE

---

## LA CUEILLETTE DES DONNÉES

Vos outils de cueillette de **données** sont maintenant choisis: entrevues individuelles, **questionnaires**, entrevues de groupe, exercice de dessin.

**ATTENTION:** vous trouverez dans la Boîte à outils des techniques pour animer des entrevues individuelles ou de groupe et pour administrer des questionnaires.

---

### COMMENT PRÉSENTER LA RECHERCHE

---

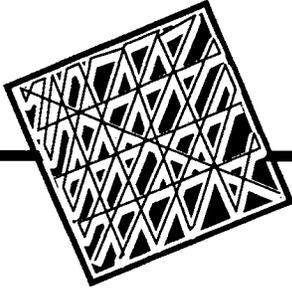
- Quels que soient vos instruments pour recueillir l'information, il est nécessaire que toutes les personnes qui travaillent à la **recherche** la présentent aux gens de la même manière. Pour ce faire, rédigez une brève note explicative en incluant les raisons qui vous ont amenés-es à entreprendre cette **recherche**. Cette note pourra être remise aux **répondants-es** et à toute personne qui demande ce que vous faites, y compris la presse locale. Ainsi, une même information circulera partout, ce qui est très important, surtout quand on intervient dans une communauté restreinte et quand la **recherche** touche à des sujets controversés.
- Soyez parfaitement discrets ou discrètes tout au long du processus de **recherche** vis-à-vis les personnes extérieures au comité de **recherche**. C'est là une question de loyauté envers les **répondants-es** et envers vos collègues.
- Contactez vos **répondants-es**. Expliquez-leur les **buts** de la **recherche** et demandez-leur s'ils-elles accepteraient d'y participer. Précisez combien de temps leur demandera cette participation. Mentionnez les mesures prévues pour protéger la confidentialité. Précisez de quelle manière ils-elles seront interrogés-es.
- Fixez le rendez-vous.
- Notez soigneusement le nom et l'adresse de tous-tes les **répondants-es** à qui vous enverrez plus tard une lettre de remerciement et des informations sur les résultats de la **recherche**.

## COMMENT PROTÉGER LES SOURCES D'INFORMATION

---

- Il est très important de protéger la confidentialité de l'information recueillie. Pour ce faire, gardez l'anonymat de vos **répondants-es** pendant et après la **recherche** et observez une parfaite discrétion sur les contenus de la **recherche** pendant la réalisation du projet. (Vous trouverez des précisions sur la confidentialité et les questions d'éthique dans l'annexe H).
- Formulez par écrit de quelle manière vous protégerez vos sources et vous joindrez éventuellement ces précisions à la rubrique **méthodologie** dans le rapport final.
- Établissez votre méthode de codification pour distinguer les **répondants-es** tout en gardant leur anonymat:
  - pseudonymes;
  - chiffres ou lettres, ou combinaison des deux;
  - prenez l'habitude de désigner ces personnes par le moyen choisi.
- Une fois les **répondants-es** sélectionnés-es, inscrivez leur nom, adresse et numéro de téléphone sur une liste maîtresse. Photocopiez cette liste et rangez l'original de même que la copie dans un tiroir ou un classeur fermant à clef.
- Inscrivez le pseudonyme ou le numéro de code de la personne interrogée en haut du formulaire d'entrevue ou du **questionnaire** quand vous dactylographierez la version finale.
- Si vos **répondants-es** citent des noms ou mentionnent des lieux ou des éléments susceptibles de les identifier, prenez soin d'éliminer ou de modifier ces éléments après l'**analyse** du dossier, surtout si vous devez rédiger un rapport de **recherche**. Ces mesures sont d'autant plus nécessaires quand on travaille dans une collectivité restreinte.

**RAPPEL** Vous trouverez dans la Boîte à outils des techniques d'entrevues individuelles ou de groupe, et d'autres techniques pour administrer des questionnaires.



# QUATRIÈME PARTIE

## L'ANALYSE ET L'INTERPRÉTATION DES DONNÉES

### DE QUOI S'AGIT-IL?

L'**analyse** consiste à mettre les **données** en ordre, à dégager des tendances, à organiser tout le contenu en catégories et en thèmes descriptifs. L'**interprétation** consiste à trouver des significations aux tendances, à expliquer les thèmes descriptifs et à dégager des liens ou des relations entre eux.

Le défi de l'**analyse** consiste à rassembler tous les éléments d'information, de les examiner, d'en discuter, d'y réfléchir et de les organiser en un tout.

N'oubliez pas qu'une **recherche qualitative** est guidée essentiellement par les propos des **participants-es**. Ce serait trahir l'attitude du chercheur ou de la chercheuse que de partir de vos propres **hypothèses** en essayant d'y faire «coller» les témoignages de vos **répondants-es**.

Vous protégerez d'autant mieux vos sources d'information que vous limiterez les discussions, l'**analyse** et l'**interprétation** des **données** aux seuls-es membres du comité de **recherche**.

### À QUEL MOMENT COMMENCER?

Vous pouvez entamer l'**analyse** des **données** assez tôt, mais le gros du travail d'**analyse** et d'**interprétation** se fera une fois toutes les **données** recueillies.

### LA MARCHÉ À SUIVRE

#### Pendant le processus d'élaboration de la recherche

- Le comité de **recherche** se réunit régulièrement pour discuter de ce que révèlent les **données** recueillies. On se pose, par exemple, des questions comme celles-ci.
  - Que nous apprennent les **données** jusqu'ici?
  - Obtenons-nous plus d'informations que ce que nous avons prévues?
  - Quels sont les éléments qui manquent?
  - Si certains renseignements nous manquent, existe-t-il un moyen de recueillir cette information? Si non, il faudra l'indiquer sous la rubrique «nécessité de plus amples **recherches**».
  - Pouvons-nous déjà dégager certaines tendances?
  - Quels constats significatifs avons-nous obtenus jusqu'ici?
- Pour protéger vos sources, évitez de discuter avec des personnes de l'extérieur des **données** ou des résultats de l'**analyse** en cours de processus.

## Après la cueillette des données

---

1. Photocopiez et classez les documents et les formulaires originaux. Travaillez sur des photocopies.
2. Prenez soin de coder ou de numéroter chaque document pour retrouver facilement qui a dit quoi.
3. Pour commencer, examiner toutes les **données**. Lisez et relisez chaque formulaire d'entrevue, chaque **questionnaire**, chaque compte rendu d'entrevue de groupe ou de session de dessin. Commencez à prendre des notes sur ce que vous constatez. Laissez libre cours à votre intuition. Cherchez les recoupements, les descriptions qui se répètent.
4. Photocopiez à nouveau tous les formulaires et séparez ou découpez les **données** par thèmes ou par groupes de questions. N'oubliez pas d'inscrire le nom/numéro de code du ou de la **répondant-e** sur chaque fragment découpé. Rangez ensuite ces documents dans des chemises ou des enveloppes étiquetées par question ou thème.
5. Examinez séparément toutes les réponses à chaque question ou sujet. Cherchez les éléments qui reviennent, les tendances. Notez ce que vous avez trouvé.
6. Utilisez des mots clés pour relever les expressions ou descriptions utilisées par les **répondants-es**. L'**analyse** par mots clés consiste à examiner toutes les réponses à chaque question en notant tous les termes ou phrases que les gens emploient pour parler de la même chose. Vous obtiendrez ainsi un premier portrait général de la situation sur lequel vous pourrez réfléchir et discuter.

**PAR EXEMPLE, voici les phrases que releva l'analyse par mots clés des réponses à une question sur la participation à la vie de la collectivité en période de récession économique.**

- Je ne m'implique pas.
- J'ai tendance à me replier sur moi quand je suis au chômage.
- Je m'implique moins.
- Nous n'avons pas de racines ici.
- Je n'ai pas été capable de faire quoique ce soit.
- Les amis-es s'en vont les uns ou les unes après les autres.
- Je ne me suis impliqué-e davantage à cause de la récession.
- Je fais attention quand je reçois mon chèque de bien-être; je ne veux pas que ça se sache.

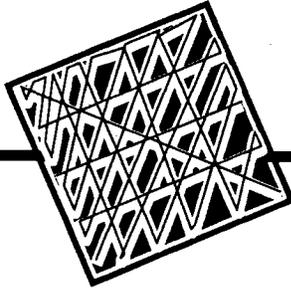
Voici le constat rédigé à la suite de cette **analyse** par mots clés: «En réponse à une question sur la participation des gens à la vie communautaire en période de récession, la plupart des personnes **répondantes** ont déclaré réduire cette participation. Elles disent se sentir moins stimulées à le faire ou elles préfèrent se mettre en retrait parce qu'elles sont gênées de recevoir de l'assurance-chômage ou de l'aide sociale. Une femme, en revanche, a déclaré que cette situation l'avait rapprochée de sa communauté, qu'elle s'appliquait à faire ses emplettes dans les petits commerces locaux et qu'elle collaborait à la mise sur pied de groupes de soutien pour les personnes au chômage.»

7. Commencez à dresser une liste de citations pertinentes tirées des entrevues. Inscrivez temporairement le nom/numéro de code à côté de chaque citation pour pouvoir la retrouver au besoin.
8. Procédez aux calculs requis par certains types de **données**. Si votre **questionnaire** comprend par exemple une série de questions à répondre par «oui» ou «non», il faudra classer ces réponses en tableaux. Vous aurez peut-être aussi à **analyser** et compter les entrées dans le cahier téléphonique. Vous pouvez aussi additionner les propos similaires émis sur un même sujet.
9. Retournez à vos présupposés et à vos **hypothèses de recherche**. Quels liens pouvez-vous établir entre les **données** recueillies et ces **hypothèses**? Les **données** vont-elles dans le sens prévu? Avez-vous trouvé de nouvelles **hypothèses** en colligeant les **données**?
10. Discutez des résultats ou des constats significatifs entre membres du comité de **recherche**. Mettez-vous d'accord sur les résultats que la **recherche** semble révéler. En cas de désaccord, envisagez une façon de régler ces divergences.
11. Dans la mesure du possible, prenez un peu de distance. Il suffit parfois de quelques jours de repos pour aborder l'**analyse** sous un angle nouveau.
12. Reprenez l'**analyse des données** pour réfléchir sur les constats que vous en avez tirés. Retraavaillez et raffinez votre approche le cas échéant.
13. Tenez-vous en toujours à ce que vous ont dit vos **répondants-es**. Laissez-vous guider par leurs propos.
14. Comparez les résultats de votre revue de littérature avec les **données** de votre **enquête**. Notez les rapprochements et les écarts.
15. La façon dont vous présenterez et exploiterez les conclusions de votre **recherche** dépend de ce que votre groupe va décider d'entreprendre après la **recherche**.
16. Quel que soit le moyen d'action ou l'activité privilégié (rapport de **recherche**, ateliers, assemblée publique, vidéo, mémoire, etc.), prenez soin de pousser suffisamment votre **analyse** pour parler clairement des résultats et des conclusions de la **recherche**.
17. Soyez prêts-es à répondre de la manière dont vous avez mené votre **recherche** comme de ses résultats et des conclusions de celle-ci.

## COMMENT PRÉSENTER LES RÉSULTATS

---

- N'affirmez rien qui ne soit fondé. Si, par exemple, vos sources d'information se limitent à 35 personnes, ne prétendez pas rendre compte de l'opinion de toute la collectivité ou de l'ensemble du personnel de l'entreprise que vous avez étudié.
- Vous pouvez et devez dire que vos résultats représentent l'opinion des personnes interrogées et affirmer que leurs opinions ou préoccupations sont parfaitement valides.
- Vous pouvez et devez souligner en quoi les propos de vos **répondants-es** vous ont permis de mieux comprendre le problème ou la situation, et annoncer quelles suites concrètes vous allez donner à votre **recherche**.
- N'oubliez pas de souligner les raisons qui vous ont incités-es à entreprendre cette **recherche**.
- Décrivez de quelle manière vous avez mené la **recherche** et dites pourquoi.



# CINQUIÈME PARTIE

## LES SUITES À DONNER À LA RECHERCHE

Vous pouvez donner suite à votre **recherche** de multiples façons dont voici quelques exemples.

\*\*\*

Un groupe oeuvrant en matière de santé des femmes à Terre-Neuve organise des entrevues de groupe dans les villages de pêcheurs de la côte. Les **répondantes** exposent les véritables sources des problèmes de santé dans leur localité. Il ne s'agit pas simplement de mauvaise alimentation, de stress ou autres facteurs présumés; ce sont plutôt l'insuffisance des réseaux d'égouts et l'absence de trottoirs qui préoccupent principalement les femmes.

Le groupe de chercheuses organise alors des ateliers sur les problèmes mentionnés par les femmes des villages. L'**objectif** est double: découvrir qu'on peut s'organiser collectivement et élaborer certaines stratégies dans les villages eux-mêmes. Le rapport de **recherche** décrit non seulement le processus d'entrevues et d'**analyse**, mais relate également l'organisation des ateliers et la mobilisation qui s'en est suivie.

Cet exemple met en relief plusieurs points importants.

- Il arrive qu'une **recherche** révèle tout autre chose que ce à quoi vous vous attendiez. Il est essentiel de respecter ce que disent les personnes qui vous informent et d'agir à partir de ces **données**.
- Vous pouvez intégrer au processus de **recherche** certaines activités - l'organisation d'ateliers, par exemple - qui vous permettront d'agir même pendant le processus de **recherche**.
- Les entrevues peuvent constituer un moyen de rejoindre des personnes et des populations avec qui le groupe n'a jamais eu l'occasion de travailler.
- Le plan d'action de ce projet comprenait les éléments suivants:
  - travailler avec les femmes interviewées pour intervenir immédiatement sur les problèmes qu'elles vivaient;
  - à plus long terme, permettre aux femmes de se donner les moyens de poursuivre entre elles le travail;
  - produire un rapport qui, en l'occurrence, a été utile autant au groupe (travail de pression) qu'à d'autres organismes militants. En outre, ce rapport satisfaisait le bailleur de fonds qui tenait à voir un produit tangible.

\*\*\*

Un groupe oeuvrant auprès des personnes atteintes du SIDA décide d'interviewer des personnes qui rencontrent certaines difficultés dans leurs rapports avec les organismes de services sociaux. Les entrevues doivent mettre en lumière la nature et l'étendue des problèmes, la façon dont les personnes sidéennes ou séropositives les vivent, et indiquer ce que ces dernières proposent pour améliorer la situation.

À partir de là, les chercheurs-es organisent des rencontres réunissant des membres du personnel des services sociaux et des membres du groupe, afin de trouver des solutions. Ce processus est destiné à inspirer des moyens et à donner du pouvoir aux personnes sidéennes, à leur montrer qu'elles ne sont pas les seules à se heurter à ces difficultés et à les inciter à travailler de concert avec les décideurs pour élaborer des stratégies concrètes de changement.

\*\*\*

Un autre groupe mène une **recherche-action** en exploitant les techniques du théâtre de participation. L'**objectif** vise à stimuler l'expression chez des personnes naturellement portées à s'isoler et à se taire. Le groupe organise donc des ateliers où des gens de la collectivité apprennent des techniques de théâtre et des exercices qui leur permettent d'exprimer leurs préoccupations.

Ce projet vise également à former des personnes qui appliqueront le même processus dans d'autres localités ou collectivités une fois le projet initial terminé.

La **recherche** et l'action allant de pair, le groupe n'a pas rédigé de rapport.

\*\*\*

Dans tous ces exemples, l'action est le moteur du projet. On ne vise pas à produire un rapport, mais à exploiter le processus et les résultats de la **recherche** pour susciter des changements. L'action fait partie du processus dès le départ. Tous ces groupes ont recueilli et analysé des informations sur la vie des membres de la collectivité. Ils ont travaillé dans les règles, mais l'action a toujours été indissociable de leur **recherche**; ce qui n'enlève rien, comme nous allons le voir, à l'utilité des rapports écrits.

\*\*\*

En 1982, le Women's Research Centre entreprenait un projet sur des réformes judiciaires en vue d'améliorer la protection des femmes victimes de violence conjugale contre toute agression ultérieure. À partir des entrevues menées auprès des femmes, nous avons établi sous la forme d'un tableau une synthèse de leur expérience de l'appareil judiciaire. Nous avons ensuite repris ce tableau en essayant d'imaginer comment fonctionnerait le système s'il faisait de la protection des femmes battues une de ses priorités. Nous avons présenté ces deux tableaux à des membres de l'appareil judiciaire - agents-es de police, juges, avocats-es de la couronne et conseillers-ères des familles auprès des tribunaux. Nous leur avons demandé de décrire leur expérience et d'indiquer ce qui, à leur avis, rendrait leur tâche plus facile. Nous avons inscrit ces commentaires sur les deux tableaux.

Au cours du processus de **recherche**, nous avons développé de bons contacts avec des professionnels-les du système judiciaire. Nous avons nous-mêmes appris à mieux connaître les différents problèmes et les rouages du système, tant du point de vue des personnes qui en font partie que de celui des personnes extérieures.

Toutefois, notre plan d'action s'articulait sur la rédaction d'un rapport. Nous avons donc rédigé celui-ci en y incluant des modifications possibles au système judiciaire. Nous avons expédié ce rapport à toutes les personnes interviewées et aux maisons d'hébergement de tout le pays. Nous l'avons également fait parvenir aux fonctionnaires et aux organismes gouvernementaux.

Les femmes battues ont été réconfortées de trouver leur expérience décrite noir sur blanc. Les travailleuses des maisons d'hébergement ont déclaré que les tableaux illustrant les deux systèmes éclairaient leurs interventions.

Certains-es représentants-es du gouvernement nous ont rencontrés pour discuter de la manière de mettre en oeuvre certains des changements recommandés. L'adoption d'une nouvelle politique en a résulté et, à notre avis, elle pouvait réellement porter fruit. Nous avons travaillé d'arrache-pied avec d'autres groupes pour faire en sorte qu'elle soit mise en oeuvre. Nous avons fait du travail d'éducation auprès de la population, exercé des pressions. Nous avons organisé des sessions de formation pour les membres de l'appareil judiciaire. Dix ans plus tard, la politique en question n'est toujours pas appliquée partout. Des agents-es de l'appareil judiciaire peuvent encore ignorer son existence.

Avec le recul, on découvre que la véritable force du projet ne résidait pas dans l'adoption d'une nouvelle politique. L'acquis principal, c'est ce que nous avons appris sur le fonctionnement de l'appareil judiciaire et qui a inspiré notre travail quotidien d'appui et de défense des droits des femmes, ce qui a rendu notre action plus efficace. Nous avons aussi appris qu'il ne fallait pas attendre monts et merveilles de l'adoption de réformes.

### **Planifiez vos actions à l'avance. Ajustez le tir une fois la recherche terminée**

---

Nous vous recommandons encore une fois d'établir votre plan d'action avant même de commencer la **recherche**. Prenez soin d'y inclure les activités possibles pendant et à la fin du processus de **recherche**, ainsi que leur évaluation. Celle-ci vous permettra de voir comment vous progressez et d'agir en conséquence.

Une fois vos **données** recueillies et analysées, retournez à votre plan d'action original. Revoyez ce que vous aviez l'intention de faire. Examinez à présent les pistes que vous indiquent les résultats de la **recherche**. Tenez compte des éléments non prévus. Les résultats de la **recherche** doivent, en effet, orienter vos actions ou vos interventions futures.

Pour savoir en quoi consistera la prochaine étape, réservez-vous deux heures pour déterminer quelles actions poser et comment procéder. Voici quelques suggestions.

- Lors d'une réunion du groupe, inscrivez sur le tableau à feuilles ce que vous voulez faire et ce que vous voulez changer. Ajoutez pourquoi vous voulez agir en ce sens.
- Déterminez quelles sont vos actions ou activités **prioritaires**. Justifiez ces choix.
- Dessinez un tableau de quatre colonnes verticales; inscrivez dans chaque colonne les titres suivants: ACTION/ACTIVITÉ, DÉTAILS, QUI S'EN CHARGE?, QUAND? Traitez chaque priorité l'une après l'autre. Dans la colonne «détails», inscrivez toutes les ressources nécessaires pour mener à terme cette action. Ensuite, indiquez qui fera le travail et à quel moment.

Cet exercice vous permettra de décider quand commencer et pourquoi. Et vous pourrez vous reporter au tableau pour vérifier quelle est la bonne direction. En outre, ce plan d'action vous permettra d'évaluer votre travail et d'en tirer des leçons.

Si vous prévoyez entre autres actions rédiger un rapport, il faudra en déterminer la nature. On peut faire trois sortes de rapports:

- un compte rendu exhaustif des résultats et du processus de la **recherche**;
- un rapport sommaire - pour remettre éventuellement au bailleur de fonds ou qui servira de base à des assemblées publiques ou à des discussions avec des décideurs;
- un rapport interne à l'usage exclusif du groupe.

Pour choisir la formule la plus appropriée, répondez aux questions suivantes:

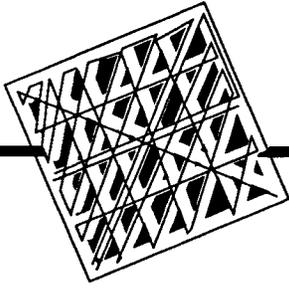
- Quel usage prévoyons-nous faire du rapport? Qu'est-ce qu'un rapport peut nous permettre de réaliser? Que doit-il comprendre?
- Quels-les lecteurs-trices visons-nous? Qui voulons-nous rejoindre et pourquoi? (N'oubliez pas d'inclure les membres de votre propre groupe et de votre propre milieu ou communauté.) Qui pourra profiter de l'information acquise? Quelles personnes voulez-vous influencer? Quelles sont celles dont vous recherchez l'appui?
- Quelle est la meilleure façon de rejoindre ce public? Quel type de rapport lui conviendrait le mieux? Dans certains cas, il est préférable de faire rapport verbalement au cours d'une réunion publique. On peut aussi disposer de suffisamment de matériel pour écrire un livre ou encore produire un vidéo.
- Comment susciter l'intérêt des gens? Comment ferons-nous connaître le rapport? Par communiqué de presse? En diffusant un dépliant ou un tract? En organisant des rencontres? Des ateliers?

Vous trouverez dans la Boîte à outils les étapes à suivre pour rédiger un rapport, ainsi qu'une grille de planification et un calendrier de production (voir **Production d'un rapport de recherche**).

## CONCLUSION

---

Voilà! Vous connaissez la marche à suivre pour entreprendre un projet de **recherche**. À vous de jouer. Bonne chance! Donnez-nous des nouvelles.



# LA BOÎTE À OUTILS

---

## **TABLE DES MATIÈRES**

<b>Outils de planification pour les groupes communautaires .....</b>	<b>66</b>
<b>Comment mener une entrevue .....</b>	<b>68</b>
<b>Comment administrer un questionnaire .....</b>	<b>71</b>
<b>Comment animer une entrevue de groupe .....</b>	<b>73</b>
<b>Exemple de questionnaire .....</b>	<b>75</b>
<b>Exemple de fiche technique .....</b>	<b>78</b>
<b>La production d'un rapport de recherche: .....</b>	<b>80</b>
<b>Grille de planification</b>	<b>80</b>
<b>Calendrier de production et de distribution</b>	<b>81</b>
<b>Guide de rédaction</b>	<b>82</b>

# OUTILS DE PLANIFICATION POUR LES GROUPES COMMUNAUTAIRES

---

- Nous conseillons aux groupes d'organiser une session annuelle pour planifier leur programme d'activités. La plupart des organismes le font avant la fin de leur exercice financier. Ils peuvent alors utiliser ce programme ainsi que leur état financier pour appuyer leur demande de subventions.

Les méthodes et les styles peuvent varier, mais il reste que toute planification doit nécessairement couvrir les étapes suivantes:

## 1. Revoir les raisons d'être de l'organisme

---

- Qui sommes-nous? Pourquoi existons-nous?

## 2. Définir les enjeux en cause

---

- Si vous avez évalué votre travail l'année précédente, vous connaissez ces enjeux.
- Vous trouverez dans la bibliographie (annexe I) des ouvrages qui vous aideront à évaluer, identifier et résoudre ces problèmes.

## 3. Définir vos buts et objectifs

---

- Les **buts** d'un groupe énoncent en termes généraux ce qu'il se propose de réaliser.
- Les **objectifs** sont des **buts** intermédiaires précis et mesurables que l'on prévoit atteindre dans un temps donné afin de réaliser les **buts** mis de l'avant.
- On trouvera en annexe C des exemples de **buts** et d'**objectifs**.
- On peut se donner des **buts** à long terme avec des **objectifs** spécifiques à réviser chaque année.
- On peut aussi renouveler ses **buts** et **objectifs** tous les ans.
- L'expérience et les résultats de votre travail antérieur doivent orienter vos projets actuels.

## 4. Développer des stratégies pour atteindre vos objectifs

---

- Une stratégie est une série d'activités visant un **objectif**.
- Quelle stratégie réalisera le mieux nos **buts** et nos **objectifs**? Organisez une session de remue-méninges pour laisser émerger le plus d'idées possible.

- La **recherche** est une stratégie possible parmi d'autres: organisation d'ateliers, travail de défense des droits, sessions de formation, lobbying, contacts et réseaux, administration d'un service, interventions publiques, campagnes de lettres, production d'un bulletin, d'un vidéo, organisation de protestations, etc.
- Analysez d'un oeil critique votre liste de stratégies. Testez chaque proposition en utilisant la formule «facteurs favorables/facteurs défavorables», l'inventaire des ressources et la méthode des cinq mots clés présentée en annexe D.
- Choisissez vos stratégies en sachant clairement pourquoi vous les jugez appropriées.

## 5. Établir un plan de travail

---

- Énumérez les activités.
- Établissez un calendrier de travail.
- Déterminez les ressources dont vous avez besoin (argent, ressources humaines, équipement, connaissances, compétences, etc.).
- Attribuez les tâches et les responsabilités.
- Vous trouverez en annexe E des instructions pour établir un plan de travail.

## 6. Évaluer le travail en cours de route

---

- Revoyez constamment vos **objectifs**: qu'avez-vous réalisé jusqu'ici?
- Que vous ont appris le processus, le contenu et les résultats du travail?
- Où aller à présent? Que pouvez-vous faire à partir du travail réalisé jusqu'ici?

## Pour procéder à votre évaluation

---

Vous pouvez utiliser la brochure *Maintenir le cap*, guide d'évaluation pour les groupes communautaires, publiée par le Women's Research Centre (voir bibliographie en annexe I). Ce guide propose une méthode d'évaluation conçue spécialement pour les groupes communautaires sans but lucratif et à vocation sociale. Il s'agit ici de la méthode appelée «évaluation **participante**».

Cette méthode peut servir aux groupes qui entreprennent une auto-évaluation ou à ceux qui sont évalués à la demande d'un bailleur de fonds.

*Cette démarche en six étapes constitue le squelette de votre planification. Vous trouverez en annexe I une liste d'ouvrages qui pourront vous être utiles.*

# COMMENT MENER UNE ENTREVUE

---

## Avant l'entrevue

---

1. Contactez vos **répondants-es**. Expliquez-leur les **buts** de la **recherche** et demandez-leur s'ils ou elles accepteraient d'être interviewés-es. Indiquez le temps que prendra l'entrevue. Décrivez brièvement les sujets abordés et expliquez comment vous comptez protéger leur anonymat.
2. Prenez rendez-vous. Il est préférable que la personne soit seule, sans la présence des enfants, du conjoint ou de collègues.
3. Prenez soin de noter son nom et son adresse pour lui envoyer un mot de remerciement.
4. Munissez-vous d'un support rigide (tablette à écrire) et d'un cahier à spirales parce que les pages sont faciles à tourner. Apportez deux stylos qui fonctionnent!
5. Nous vous conseillons d'éviter les magnétophones; écrire vous incitera à suivre attentivement ce que dit votre interlocuteur-trice. C'est aussi un excellent moyen d'exercer votre capacité d'attention et votre mémoire. En outre, les magnétophones risquent de tomber en panne et ils ont souvent un effet paralysant. Si vous préférez malgré tout le magnétophone, assurez-vous de retranscrire la totalité de l'entrevue pour pouvoir vous en servir lors du travail d'**analyse**.
6. Prenez soin de revoir le contenu du **guide d'entrevue** (ou de l'**aide-mémoire**). Gardez-le à portée de la main pour pouvoir le consulter facilement durant l'entrevue. Quand vous rédigerez votre transcription finale, n'oubliez pas d'inclure toutes les questions posées et toutes les réponses **données**. Pendant l'entrevue, vous pouvez écrire le numéro de la question plutôt que son libellé au complet. Il vous faudra en revanche noter intégralement les questions additionnelles s'il en est. N'oubliez pas non plus d'inclure ces dernières dans votre transcription finale.
7. Choisissez le nom ou numéro de code que vous attribuerez à chaque **répondant-e**.

## Comment démarrer l'entrevue

---

1. Présentez-vous et présentez à nouveau la **recherche** en vous aidant de la description du projet.
2. Indiquez comment vous assurerez la confidentialité.
3. Évoquez brièvement les sujets qui seront abordés lors de l'entrevue.
4. Recueillez les renseignements nécessaires pour la fiche technique qui accompagne chaque entrevue. Le fait de remplir la fiche technique avant de commencer l'entrevue peut parfois contribuer à détendre

l'atmosphère. Certains **enquêteurs-euses** préfèrent cependant poser ces questions à la fin de l'entrevue, quand les deux interlocuteurs-trices ont pu établir un climat de confiance. Rappelez encore une fois que toutes ces informations demeureront confidentielles. Si la personne hésite encore, dites-lui qu'elle peut très bien ne pas répondre à toutes les questions.

5. Prévenez votre **répondant-e** que vous n'enregistrerez pas l'entrevue mais que vous allez prendre des notes. Dites-lui que si vous avez de la difficulté à suivre, vous lui demanderez de ralentir un peu son débit.
6. Il est important de rappeler aux **répondants-es** que ce sont leur expérience et leur histoire qui vous intéressent. Priez-les de ne pas se censurer. Évitez d'argumenter avec eux ou avec elles et n'utilisez pas leurs propos pour confirmer ou infirmer vos théories personnelles!

### *Pendant l'entrevue*

---

1. Consignez fidèlement les propos de votre **répondant-e** en notant les réponses à la première personne; employez le «je» plutôt que «il» ou «elle». Vous pouvez inventer votre propre code sténographique de manière à noter les réponses mot à mot.
2. Faites preuve d'écoute, mais n'oubliez pas que l'entrevue est une sorte de conversation; il s'agit donc de dialoguer. Allez dans le sens de votre **répondant-e** en prenant soin toutefois de ne pas laisser la conversation dévier ou s'éterniser sur un point. Vous aurez éventuellement à recentrer la discussion: «Voilà un point intéressant, mais nous pourrions revenir à...».
3. Si votre **répondant-e** semble mal à l'aise, essayez d'en identifier la raison. Est-ce dû à votre attitude ? Au fait qu'il ou elle saisit mal l'**objectif** de l'entrevue? Est-ce la crainte de dire des choses qui seront mal reçues? Dans ce cas, demandez-lui encore de ne pas se censurer.
4. Ne vous inquiétez pas des silences. Donnez à votre **répondant-e** le temps de réfléchir avant de parler. Ce sont souvent des choses très importantes que mûrissent les longs silences.
5. Il faut que les **répondants-es** décrivent leur propre expérience. S'ils ou elles ne parlent que des autres, essayez de les recentrer sur eux-mêmes ou elles-mêmes par des questions du genre: «Que pensez-vous de ça? Comment vous-même avez réagi?».
6. Essayez de recueillir l'information en multipliant les questions et les demandes d'éclaircissement, comme, par exemple, «Pourriez-vous m'en dire plus?».
7. Si votre **répondant-e** refuse d'aborder un sujet ou une question, n'insistez pas. Essayez plutôt, avec tact et gentillesse d'en connaître la raison et notez-la.
8. Certaines entrevues peuvent être éprouvantes à cause des sujets abordés. Les **répondants-es** risquent à tout le moins de se sentir vulnérables après avoir fourni toutes ces informations personnelles. À la fin de l'entrevue, demandez-leur comment ça va. Avisez-les, le

cas échéant, qu'ils ou qu'elles pourront entrer en contact avec vous s'ils ou si elles ont quelque chose à ajouter ou bien s'ils ou si elles veulent tout simplement vous parler.

9. Remerciez-les d'avoir accepté de participer à l'entrevue et de vous avoir consacré du temps.

## Après l'entrevue

---

1. Dactylographiez vos notes aussitôt que possible, de préférence le jour même. Plus vous attendrez et plus votre mémoire risque de vous faire faux bond.
2. Ecrivez de façon lisible ou dactylographiez votre entrevue à double interligne de manière à pouvoir la photocopier.
3. Transcrivez votre entrevue dans l'ordre où vous l'avez menée. Commencez par écrire la première question et la réponse qui lui a été donnée. Si vous avez posé des questions qui ne figuraient pas dans votre **aide-mémoire** ou votre **guide d'entrevue**, prenez soin de les transcrire au complet. Notez les réponses à la première personne.
4. Ajoutez vos propres commentaires si nécessaire. Si, par exemple, l'entrevue a été interrompue par l'arrivée des enfants, vous pouvez noter: «les enfants sont rentrés au milieu de l'entrevue et la concentration de la **répondante** s'en est ressentie».
5. Inscrivez le nom/numéro de code sur votre entrevue transcrite à la main ou dactylographiée. Faites-en une photocopie. Classez l'original et réservez la copie codée pour le travail qui va suivre.
6. Rédigez une note de remerciement pour votre **répondant-e**.

# COMMENT ADMINISTRER UN QUESTIONNAIRE

---

## *Avant de commencer*

---

1. Prenez contact avec vos **répondants-es** et procédez aux arrangements nécessaires pour la réception du **questionnaire**. Si le **questionnaire** doit être rempli en votre présence, prenez rendez-vous en prévoyant un moment où la personne est seule. Prenez soin de noter son nom et son adresse au complet pour être en mesure de lui envoyer une lettre de remerciement plus tard.
2. Indiquez-lui précisément le temps qu'il lui faudra pour remplir le **questionnaire**.
3. Attribuez-lui un nom ou un numéro de code.
4. Si vous envoyez vos **questionnaires** par la poste, joignez une lettre présentant la **recherche** en cours. Indiquez aux **répondants-es** les mesures pour assurer la confidentialité de l'information. Rappelez-leur la date de retour. Préparez à cet effet une enveloppe adressée et affranchie. Notez sur une liste maîtresse les **questionnaires** expédiés et le nombre de réponses reçues.

## *Procédure à suivre avant de remplir le questionnaire*

---

1. Présentez-vous et présentez la **recherche**, en utilisant la description du projet.
2. Expliquez comment vous protégez vos sources d'information.
3. Recueillez les renseignements nécessaires en vue de la fiche technique qui accompagne le **questionnaire** (on trouvera en page 51 des précisions sur la fiche technique).
4. Si les **répondants-es** semblent mal à l'aise, essayez d'identifier la raison et notez-la. Serait-ce dû à votre attitude? Au fait qu'ils ou qu'elles comprennent mal le **but** de la **recherche**? Ont-ils ou ont-elles peur que vous leur posiez des questions auxquelles ils-elles ne peuvent pas répondre? Trouvent-ils ou trouvent-elles les questions indiscretes?

Rassurez-les: ils-elles ne sont pas obligés-es de répondre aux questions qui les gênent ou qui les embêtent. Toutefois, s'ils ou si elles répondent, leur réponse a d'autant plus de valeur qu'ils-elles ne se censurent pas.

## *Pendant que votre répondant-e remplit le questionnaire*

---

1. Expliquez à la personne s'il y a lieu les questions qui ne lui semblent pas claires.
2. Une fois le **questionnaire** rempli, remerciez-la d'avoir accepté de répondre et de vous avoir consacré du temps.

## Que faire ensuite?

---

1. Vérifiez les réponses du questionnaire dûment rempli afin de s'assurer de leur clarté. Si nécessaire, n'hésitez pas à contacter le ou la répondant-e pour obtenir des précisions.
2. Photocopiez le formulaire dûment rempli. Classez l'original et réservez la copie pour le travail qui va suivre.
3. Rédigez une note de remerciement.

# COMMENT ANIMER UNE ENTREVUE DE GROUPE

---

## *Avant de commencer*

---

1. Contactez les personnes que vous avez choisies. Expliquez-leur les **buts de la recherche** en leur demandant si elles accepteraient de participer à une entrevue de groupe. Énoncez brièvement les sujets à traiter. Expliquez comment vous assurerez la confidentialité de cette rencontre.
2. Préparez un **aide-mémoire** ou un guide de discussion.
3. Choisissez la personne qui animera la rencontre et prendra les notes (sur tableau à feuilles ou dans un cahier).
4. Prenez soin de vous munir de l'équipement nécessaire (tableau à feuilles, cahier, stylos, ruban adhésif, etc.).
5. Aménagez l'espace de manière à ce que les **participants-es** puissent se faire face.
6. Vous pouvez prévoir du café et des biscuits.

## *Pendant la discussion*

---

1. Rappelez aux **participants-es** que ce sont leur histoire et leur expérience qui vous intéressent. Priez-les de ne pas se censurer. Ne contestez jamais leurs propos.
2. Ne laissez pas la conversation dévier du sujet, tout en vous arrangeant pour que la discussion reste largement ouverte.
3. Ne vous inquiétez pas des silences.
4. Essayez d'accroître l'information en multipliant les questions ou en invitant les gens à aller plus loin. Invitez les **participants-es** à faire la même chose.
5. Certains sujets rendent l'entrevue plus éprouvante. Les **participants-es** peuvent se sentir vulnérables après avoir révélé des choses personnelles. Apportez-leur appui et réconfort.
6. À la fin de la rencontre, sollicitez les commentaires des personnes présentes. Y a-t-il des choses dont on a oublié de parler?
7. Remerciez-les d'avoir accepté de participer à cet échange. Expliquez-leur comment vous les informerez des résultats de la **recherche**.

## Après la rencontre

---

1. Retranscrivez vos notes le plus tôt possible.
2. Écrivez de façon lisible ou dactylographiez le compte rendu à double interligne et de manière à pouvoir le photocopier.
3. Ajouter les commentaires de l'**animateur** ou de l'**animatrice** s'il en est.
4. Photocopiez votre compte rendu. Classez l'original et réservez la copie pour le travail à venir.
5. Rédigez une note de remerciement pour chacune des personnes qui ont participé.

# EXEMPLE DE QUESTIONNAIRE

Voici le questionnaire qui a servi à la recherche décrite dans la matrice d'information (page 27).

## MINI-ENQUÊTE AUPRÈS DES PARENTS

En répondant à ce questionnaire, vous nous aiderez à planifier des services de qualité et financièrement accessibles pour les enfants et les familles de ce quartier.

1. Combien avez-vous d'enfants? Quel âge ont-ils?

De 0 à 18 mois: \_\_\_\_\_

De 19 mois à 3 ans: \_\_\_\_\_

De 3 à 5 ans: \_\_\_\_\_

De 6 à 12 ans: \_\_\_\_\_

2. Avez-vous un emploi? Oui \_\_\_\_\_ Non \_\_\_\_\_

À temps partiel: \_\_\_\_\_

À temps plein: \_\_\_\_\_

Saisonnier: \_\_\_\_\_

Autre: \_\_\_\_\_

3. Avez-vous besoin de services de garde quand vous êtes au travail ou en aurez-vous besoin à l'avenir?

Oui: \_\_\_\_\_ (dans ce cas, passez à la question suivante)

Non: \_\_\_\_\_ (passez à la question 7 si vous avez des enfants d'âge préscolaire ou à la question 12 si vous avez des enfants d'âge scolaire)

4. Où préférez-vous faire garder vos enfants?

À votre domicile

Chez des parents

Chez des voisines-es/amis-es

Dans une garderie

5. À quel moment avez-vous besoin de les faire garder?

Jour de la semaine

Heures

Lundi De \_\_\_\_\_ à \_\_\_\_\_

Mardi De \_\_\_\_\_ à \_\_\_\_\_

Mercredi De \_\_\_\_\_ à \_\_\_\_\_

Jeudi De \_\_\_\_\_ à \_\_\_\_\_

Vendredi De \_\_\_\_\_ à \_\_\_\_\_

Samedi De \_\_\_\_\_ à \_\_\_\_\_

Dimanche De \_\_\_\_\_ à \_\_\_\_\_

6. Tarifs mensuels pour des services de garde à plein temps pratiqués ailleurs:

Chez des voisins-es/amis-es	De 0 à 18 mois:	400\$
	De 19 mois à 3 ans:	350\$
	De 3 à 5 ans:	300\$

Garderies	De 0 à 18 mois:	600\$
	De 19 mois à 3 ans:	500\$
	De 3 à 5 ans:	400\$

Enfants d'âge scolaire	De 6 à 12 ans:	130\$
------------------------	----------------	-------

A. Avez-vous les moyens de payer ces tarifs? Oui \_\_\_ Non \_\_\_

B. Si non, quel montant pourriez-vous payer mensuellement? \_\_\_\_\_

C. Ces tarifs sont-ils ceux auxquels vous vous attendiez? \_\_\_\_\_

**FAMILLES AYANT DES ENFANTS D'AGE PRÉSCOLAIRE (DE 3 À 5 ANS)**

7. Aimeriez-vous inscrire vos enfants dans des programmes pour enfants d'âge préscolaire?

Oui \_\_\_ Non \_\_\_

8. Si non, pourquoi? \_\_\_\_\_

9. Si oui, préféreriez-vous

a) une école maternelle ordinaire? \_\_\_

b) une école maternelle en anglais langue seconde? \_\_\_

10. Quels horaires vous conviennent?

2 matins/après-midi par semaine: \_\_\_

3 matins/après-midi par semaine: \_\_\_

5 matins/après-midi par semaine: \_\_\_

11. Voici les tarifs mensuels pratiqués dans certaines maternelles:

2 matinées/semaine 32\$

3 matinées/semaine 48\$

5 matinées/semaine 80\$

A. Avez-vous les moyens de payer ce service? Oui \_\_\_ Non \_\_\_

B. Si non, quel montant pouvez-vous payer? \_\_\_\_\_

C. Ces tarifs sont-ils ceux que vous escomptiez? \_\_\_\_\_

**FAMILLES AYANT DES ENFANTS À L'ÉCOLE ÉLÉMENTAIRE (DE 6 À 12 ANS)**

12. Aimeriez-vous inscrire vos enfants dans quelque programme du quartier après les heures de classe?

Oui \_\_\_ Non \_\_\_

13. Si non, pour quelles raisons? \_\_\_\_\_

14. Si oui, à quel endroit?

- A. À l'école qu'ils fréquentent: \_\_\_\_\_
- B. Dans un centre communautaire: \_\_\_\_\_
- C. À la bibliothèque locale: \_\_\_\_\_
- D. Ailleurs: \_\_\_\_\_

15. Quels types d'activités préféreriez-vous/vos enfants préféreraient-ils?

- A. Sports: Volley-ball \_\_\_ Baseball \_\_\_ Soccer \_\_\_ Autre \_\_\_
- B. Musique et danse \_\_\_
- C. Arts et artisanat \_\_\_
- D. Art culinaire \_\_\_
- E. Sorties variées \_\_\_
- F. Clubs d'activités à horaires fixes et dont la planification recourt à l'implication des enfants.
- G. Autres (veuillez préciser) \_\_\_\_\_

16. Quel(s) jour(s) vous conviendrait(ent)?

- Lundi \_\_\_\_\_
- Mardi \_\_\_\_\_
- Mercredi \_\_\_\_\_
- Jeudi \_\_\_\_\_
- Vendredi \_\_\_\_\_

17. Inscririez-vous vos enfants à certaines de ces activités pendant les fins de semaine?

Oui \_\_\_ Non \_\_\_

Si oui, quel jour? Le samedi \_\_\_ et/ou le dimanche \_\_\_

18. Certaines de ces activités coûtent 10\$ par mois. Avez-vous les moyens d'y inscrire vos enfants?

Oui \_\_\_ Non \_\_\_

19. Si non, quel montant pouvez-vous payer? \_\_\_\_\_

20. Ces tarifs correspondent-ils à ce que vous imaginiez? \_\_\_\_\_

**Merci beaucoup d'avoir accepté de répondre à ces questions. Ces renseignements nous permettront de planifier des programmes d'activités pour les enfants.**

**\* Il y a lieu de noter que la recherche décrite dans la matrice d'information fait référence à une collectivité située dans les provinces de l'Ouest canadien. À titre d'exemple, il est opportun d'ajuster le questionnaire en tenant compte des tarifs mensuels pour les services de garde qui prévalent dans sa province.**

# EXEMPLE DE FICHE TECHNIQUE

Les renseignements demandés ici demeureront strictement confidentiels. Nous en avons besoin pour préparer et mettre sur pied de nouveaux programmes et services à \_\_\_\_\_. Merci de votre coopération.

Code \_\_\_\_\_ Date \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

Enquêteur/enquêtrice \_\_\_\_\_

Depuis combien de temps résidez-vous à cette adresse? \_\_\_\_\_

État matrimonial	Célibataire	_____
	Marié-e	_____
	Séparé-e	_____
	Divorcé-e	_____
	Conjoint-e de fait	_____

Groupe d'âge	de 15 à 24 ans	_____
	de 25 à 34 ans	_____
	de 35 à 44 ans	_____
	de 45 à 64 ans	_____
	65 ans et plus	_____

Instruction	École secondaire	_____
	Collège/cégep	_____
	Université	_____
	Autre (précisez)	_____

Nombre et âge des enfants	De 0 à 3 ans	_____
	De 3 à 6 ans	_____
	De 6 à 12 ans	_____
	De 12 à 18 ans	_____

Occupez-vous un emploi salarié? Oui \_\_\_\_ À plein temps \_\_\_\_ À temps partiel \_\_\_\_  
Non \_\_\_\_

Si oui, de quel métier s'agit-il? \_\_\_\_\_

Quels sont vos revenus?

- Moins de 5,000\$ par an
- De 5,000\$ à 10,000\$ par an
- De 10,000\$ à 15,000\$ par an
- De 15,000\$ à 20,000\$ par an
- De 20,000\$ à 25,000\$ par an
- De 25,000\$ à 30,000\$ par an
- Plus de 30,000\$ par an
- Sans réponse

Si non, quelles sont vos sources de revenus?

- Assurance-chômage
- Aide sociale
- Pension de retraite
- Autre (précisez) \_\_\_\_\_

Votre conjoint-e/partenaire occupe-t-il ou occupe-t-elle un emploi salarié?

Oui \_\_\_ À plein temps \_\_\_ À temps partiel \_\_\_

Non \_\_\_

Si oui, quel est son métier? \_\_\_\_\_

Quels sont ses revenus?

- Moins de 5,000\$ par an
- De 5,000\$ à 10,000\$ par an
- De 10,000\$ à 15,000\$ par an
- De 15,000\$ à 20,000\$ par an
- De 20,000\$ à 25,000\$ par an
- De 25,000\$ à 30,000\$ par an
- Plus de 30,000\$ par an
- Sans réponse

Si non, quelles sont ses sources de revenus?

- Assurance-chômage
- Aide sociale
- Pension de retraite
- Autre (précisez) \_\_\_\_\_

# LA PRODUCTION D'UN RAPPORT DE RECHERCHE

---

Il s'agit tout d'abord de choisir le type de document que vous voulez produire et savoir quel volume de travail ce choix implique. La planification et le calendrier de production que nous vous proposons ici vous faciliteront la tâche.

## Grille de planification

---

1. À qui s'adresse cette publication? Comment décririez-vous votre public-cible? Quel nombre de personnes représente-t-il?
2. Quels **objectifs** sert cette publication? Quel type d'information voulez-vous diffuser? Quel usage aimeriez-vous qu'on en fasse après lecture?
3. Qu'advient-il du rapport? Sera-t-il lu, publié, photocopié, classé dans des archives?
4. Nécessitera-t-il de fréquentes mises à jour?
5. Existe-t-il des ouvrages ou des publications traitant du même sujet? Quelle est l'originalité de votre rapport?
6. Faudra-t-il des illustrations? À quoi serviront-elles: capter l'attention? souligner certains points? rendre le document plus attrayant?
7. Comment comptez-vous rejoindre un public plus large? Où ces personnes se procurent-elles généralement ce type d'informations? dans les bibliothèques? les librairies? les centres communautaires? les salles d'attente?
8. Qu'envisagez-vous sur le plan publicitaire, mise en marché et distribution? produire un dépliant que vous distribuerez dans des colloques, dans des ateliers? l'annoncer dans des revues et magazines? lancer une campagne d'envois postaux? Comment répondrez-vous aux demandes? Pouvez-vous mettre sur pied un réseau de distribution?
9. Quel sera le prix de vente? Offrirez-vous des exemplaires gratuits ou à prix réduit à certaines personnes? La vente devra-t-elle financer la production? Aurez-vous les moyens d'assumer une réimpression?
10. Quel devra être le nombre de pages? le format?
11. Qui détiendra le *copyright*?
12. Quelles sont vos échéances? Le rapport sortira-t-il à temps?
13. À quelle date la première version sera-t-elle prête? la version finale? Soyez réaliste. Prévoyez du temps pour la révision et les corrections.

## Calendrier de production et de distribution

---

TÂCHES À FAIRE?	PAR QUI?	POUR QUELLE DATE?
1. Planification des tâches	_____	_____
2. Première version du rapport		
a) Réception	_____	_____
b) Lecture et révision	_____	_____
c) Entrée des modifications	_____	_____
3. Seconde version		
a) Réception	_____	_____
b) Entrée des modifications	_____	_____
c) Révision/travail éditorial	_____	_____
4. Révision terminée		
a) Entrée des corrections	_____	_____
5. Maquette		
a) Choix du caractère	_____	_____
b) Graphisme et illustrations	_____	_____
c) Approbation de la maquette générale	_____	_____
6. Composition	_____	_____
7. Correction d'épreuves		
a) Premières épreuves	_____	_____
b) Lecture et correction	_____	_____
c) Entrée des corrections	_____	_____
d) Deuxième correction des épreuves	_____	_____
e) Révision de la deuxième correction	_____	_____
8. Mise en pages		
a) Mise en pages terminée	_____	_____
b) Révision de la mise en pages	_____	_____
c) Entrée des corrections	_____	_____
d) Révision des corrections	_____	_____
9. Impression: devis et choix d'un imprimeur	_____	_____
10. Approbation de la mise en pages	_____	_____
11. Impression terminée	_____	_____
12. Prix de vente fixé	_____	_____
13. Promotion, publicité terminée	_____	_____
14. Distribution réglée	_____	_____

### Que doit-on retrouver dans un rapport de recherche?

---

Voici les éléments de base qui doivent figurer dans le plan d'un rapport de recherche:

Remerciements

Table des matières

1. Introduction et présentation de la **recherche**:
  - a) comment est né le projet; comment il a été financé;
  - b) la **raison d'être** de la **recherche**;
  - c) qui y a participé;
  - d) le **contexte** dans lequel la **recherche** a été menée.
2. La **méthodologie de recherche**. Vous devez décrire:
  - a) le type d'approche adopté et les raisons de ce choix;
  - b) les **buts** et les **objectifs** de la **recherche**;
  - c) l'élaboration et l'utilisation des outils de cueillette de **données**;
  - d) les mesures concernant la confidentialité;
  - e) le mode de sélection des **répondants-es**, le nombre de **répondants-es**, les motifs justifiant ce nombre, l'échantillon représenté; préciser qui a mené les entrevues;
  - f) les limites de la **recherche**.
3. L'**analyse des données** recueillies. Décrivez:
  - a) les thèmes couverts par la **recherche**;
  - b) les points révélés par les **données** recueillies, pour chaque thème;
  - c) les différences, similitudes, tendances dégagées dans les réponses **données**;
  - d) la façon dont vous avez tiré vos conclusions;
  - e) ne cherchez pas à rendre compte de tout; identifiez des tendances et **analysez-les**.
4. Conclusion:
  - a) résumez votre **analyse des données** recueillies;
  - b) formulez des recommandations concernant les suites à donner à la **recherche**.
5. Bibliographie, annexes

## Comment rédiger un rapport de recherche

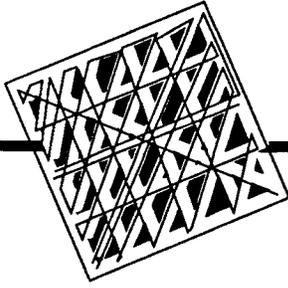
---

- Le comité de **recherche** doit discuter du contenu du rapport en fonction du public visé. S'il s'agit, par exemple, d'un rapport à usage strictement interne, inutile de rédiger un rapport officiel - un simple résumé des résultats, des conclusions et des recommandations suffira.
- En général, la rédaction prend deux fois plus de temps que la cueillette des **données**. Il faut donc prévoir le temps nécessaire pour assurer un travail de qualité.
- Commencez par un plan général, à savoir une série de titres avec des points ou des éléments de contenu sous chaque titre. Ces têtes de chapitres se diviseront en sections relatives à toutes les questions ou unités thématiques.
- Ce sont les **données** qui vous indiquent ce que vous devez écrire. Par exemple, une fois vos **données** analysées (à partir des entrevues individuelles, des **questionnaires**, des entrevues de groupe ou des exercices de dessin), votre **analyse** par mots clés et votre revue de littérature terminées, vous pourrez voir émerger certaines tendances. C'est à ce moment-là que vous saurez ce qu'il y a à dire.
- Faites un plan pour chaque thématique ou section que vous étofferez avec des éléments comme les suivants.
  - Points de comparaison («une personne a dit telle chose, trois autres ont dit telle autre»; «un organisme a fait ceci, deux autres ont fait ça»);
  - Références à la littérature existante («Les auteurs d'une **enquête** similaire notent que...»);
  - Citations intégrales tirées des entrevues («Comme l'exprime un-**e répondant-e**: ...»);
  - Vos propres réflexions et conclusions.

**NOTE** Protégez vos sources d'information en éliminant tout élément susceptible d'identifier les **répondants-es**: noms de ville, poste occupé, employeurs, etc.

- Une fois que le contenu de chaque section est bien clair, rédigez une petite introduction pour chacune ainsi qu'un résumé en guise de conclusion.
- Attendez-vous à changer ou à réécrire plusieurs fois les plans et le contenu des sections. Vous devrez sans doute rédiger plusieurs versions du rapport.
- Au moment de rédiger la version finale, il importera d'enchaîner les différentes sections de façon cohérente et logique.
- Prévoyez du temps et de l'argent pour le traitement de texte. Réservez également du temps pour la révision, la correction des épreuves, l'impression et la reliure. Il vous faudra aussi penser à des choses comme la rédaction d'un résumé, la table des matières, les notes de bas de page, la bibliographie, etc.
- Prenez soin de mentionner le prix du rapport et les points de distribution.





# ANNEXES

---

## TABLE DES MATIÈRES

<b>Annexe A</b>	<b>Petit lexique .....</b>	<b>87</b>
<b>Annexe B:</b>	<b>La recherche: est-ce le bon choix?.....</b>	<b>89</b>
<b>Annexe C:</b>	<b>Buts et objectifs .....</b>	<b>92</b>
<b>Annexe D:</b>	<b>Comment tester vos stratégies .....</b>	<b>93</b>
<b>Annexe E:</b>	<b>Comment établir un plan de travail .....</b>	<b>94</b>
<b>Annexe F:</b>	<b>Le budget de la recherche .....</b>	<b>97</b>
<b>Annexe G:</b>	<b>L'équipe de recherche .....</b>	<b>98</b>
<b>Annexe H:</b>	<b>L'éthique de la recherche .....</b>	<b>99</b>
<b>Annexe I:</b>	<b>Ouvrages de référence .....</b>	<b>101</b>



# ANNEXE A

# Petit lexique

---

<b>Aide-mémoire:</b>	liste de sujets ou de questions à traiter lors d'une entrevue.
<b>Analyse:</b>	processus qui consiste à mettre les <b>données</b> en ordre. À dégager des tendances, à organiser tout le contenu en catégories ou en thèmes descriptifs.
<b>Animateur, animatrice:</b>	personne qui guide un groupe de discussion.
<b>Approche subjective:</b>	approche qui privilégie le point de vue et l'expérience des <b>participants-es</b> et/ou acteurs-trices d'une situation, d'un événement, d'un groupe social, etc.
<b>Biais (terme statistique):</b>	laisser les résultats d'une <b>recherche</b> être déformés par des facteurs inconscients ou non formulés. Ainsi, ce qu'on croit découvrir ne représente pas la réalité vécue par les gens interrogés mais reflète la propre façon de voir de ceux ou de celles qui les interrogent.
<b>Buts:</b>	énoncé général de ce qu'un groupe cherche à réaliser.
<b>Consentement éclairé:</b>	assentiment donné en toute connaissance de cause par la personne qui accepte de participer à une <b>recherche</b> après avoir été informée au préalable de tous les facteurs susceptibles d'influencer sa décision.
<b>Contexte:</b>	ensemble de circonstances, environnement, conditions dans lesquelles s'inscrit quelque chose.
<b>Données démographiques:</b>	<b>statistiques</b> illustrant les conditions de vie des membres d'un groupe humain (sexe, degré d'instruction, revenus).
<b>Données:</b>	faits ou renseignements sur une situation, une question ou un problème particulier.
<b>Enquête:</b>	étude <b>systématique</b> du comportement, de l'attitude et des caractéristiques démographiques d'une population au moyen d'entrevues, de questionnaires, etc.
<b>Guide d'entrevue:</b>	liste ou série de questions ouvertes à poser aux <b>répondants-es</b> dans chaque entrevue.
<b>Hypothèses:</b>	propositions que l'on pose comme vraies avant de les avoir vérifiées.
<b>Interprétation:</b>	processus qui consiste à trouver des significations aux tendances, à expliquer les thèmes descriptifs et à dégager des liens entre eux.
<b>Méthodologie:</b>	cadre ou plan opérationnel comportant un ensemble de règles spécifiques qui régissent le processus de la <b>recherche</b> .

<b>Objectif:</b>	<b>but</b> intermédiaire mesurable et spécifique qu'un groupe se propose d'atteindre à un moment déterminé.
<b>Objectivité (ou approche objective):</b>	rapport d'une personne à un objet (ou à une situation) extérieur-e, c'est-à-dire auquel sont le moins possible mêlées des considérations personnelles. Dans le domaine de la <b>recherche</b> , une <b>approche objective</b> privilégie le point de vue, les idées et l'opinion de personnes extérieures ou étrangères à une situation, un événement, un groupe humain, etc.
<b>Qualitative (méthode ou approche):</b>	cueillette de <b>données</b> ou d'informations (au moyen d'entrevues en profondeur) qui fournit une description détaillée d'une situation, d'un groupe ou d'un problème, description qui fera ensuite l'objet d'une <b>analyse</b> .
<b>Quantitative (approche ou mesure):</b>	cueillette de <b>données</b> ou d'informations (au moyen de <b>questionnaires</b> , d'entrevues structurées ou de calculs <b>statistiques</b> ) destinée à mesurer, à partir de chiffres et de <b>statistiques</b> , l'ampleur d'un problème ou d'une situation.
<b>Questionnaire:</b>	série de questions spécifiques (souvent avec un choix de réponses proposé aux répondants-es).
<b>Recherche-action participante:</b>	processus de <b>recherche</b> à vocation sociale consistant à recueillir et à <b>analyser</b> des informations sur une question ou une situation en vue de susciter des actions collectives ou des réformes sociales.
<b>Recherche-action:</b>	cueillette et <b>analyse systématique</b> de <b>données</b> sur un sujet précis débouchant sur des actions concrètes dans le champ social.
<b>Recherche:</b>	cueillette et <b>analyse systématique</b> de <b>données</b> sur un sujet précis.
<b>Répondants-es:</b>	personnes auprès de qui on recueille de l'information.
<b>Statistiques:</b>	information obtenue en calculant le nombre de personnes qui partagent une même opinion ou ont la même expérience d'une situation, d'un problème, etc.
<b>Systématique:</b>	organisé avec méthode, selon un plan établi, sans rien laisser au hasard.
<b>Travail d'organisation:</b>	travail militant destiné à inciter les gens à agir pour améliorer leurs conditions de vie.

Nous savons par expérience que certains groupes décident d'entreprendre une **recherche** alors que ce n'est pas le moyen qui convient.

Comment savoir si la **recherche** constitue la stratégie appropriée pour atteindre vos **buts** et vos **objectifs**?

- On entreprend une **recherche** quand on veut intervenir sur une question (ou situation) que nous connaissons insuffisamment.
- Évitez de faire de la **recherche** par simple curiosité ou parce que vous pensez qu'elle peut par elle-même résoudre des problèmes.
- Faites de la **recherche** si vous avez concrètement besoin de recueillir de l'information et de l'**analyser**.
- Faites de la **recherche** si vous voulez rendre votre travail et vos actions plus efficaces.
- La **recherche-action** n'est pas une fin en soi. C'est un outil ou une stratégie que les groupes communautaires peuvent utiliser dans leur travail quotidien avec le public.

Pour vérifier si la **recherche** est bien la chose à faire, posez-vous les questions suivantes.

1. Quelles sont les questions auxquelles nous cherchons à répondre?
2. Quelle information faut-il recueillir pour répondre à ces questions?
3. Comment et où pouvons-nous obtenir cette information?

Même quand on dispose de toutes les ressources requises pour entreprendre une **recherche**, celle-ci n'est pas nécessairement la stratégie idéale pour résoudre un problème ou traiter une question. Mieux vaut le savoir plus tôt que trop tard!

**Situation:** l'histoire remonte à plusieurs années. Des travailleuses d'une maison de transition se rendent compte qu'elles entendent plus souvent les résidentes parler d'abus sexuel perpétrés soit sur leurs enfants, soit dont elles furent elles-mêmes victimes.

Cette question n'avait jamais fait surface auparavant.

**Personnes intéressées:** les travailleuses se sentent démunies parce qu'elles connaissent mal ce problème et les ouvrages qui en traitent concordent rarement avec les propos qu'elles entendent. En outre, les femmes agressées par l'homme qui abusa de leurs enfants présentent des problèmes particuliers.

**Recherche de solutions:** le personnel de la maison de transition se met d'accord sur le **but** suivant: «Nous allons, au cours de l'année qui vient, apprendre à mieux connaître les dynamiques de l'abus sexuel tel que vécu par les résidentes des maisons d'hébergement et par leurs enfants.»

Pour y parvenir, les travailleuses ont le choix entre plusieurs stratégies dont une **recherche**. Elles y réfléchissent à l'aide des trois questions qui suivent.

1. *À quelles questions peut-on trouver des réponses?*

- Comment obtenir l'information et procéder à l'**analyse** dont nous avons besoin pour mieux connaître le problème de l'abus sexuel tel que vécu par les résidentes des maisons d'hébergement et leurs enfants?

2. *Quelle information permettrait de répondre à cette question?*

- Existe-t-il un programme ou un cours traitant de l'abus sexuel qui pourrait accroître nos connaissances sur la question?
- Que pensent les travailleuses des autres maisons d'hébergement à ce propos?
- De quelle expérience d'abus sexuel les femmes battues nous parlent-elles? En quoi diffère-t-elle de ce que relatent les ouvrages publiés sur la question? Quels sont les facteurs qui semblent rendre moins efficaces nos méthodes habituelles de *counselling*?

3. *Comment obtenir cette information?*

- Se renseigner sur les cours offerts par d'autres organismes de services sociaux, par des collègues; voir si c'est une voie intéressante?
- Appeler d'autres maisons d'hébergement et comparer l'information. Peut-on apprendre les unes des autres? Si oui, on pourrait opter pour l'organisation d'un atelier conjoint ou d'une rencontre. On pourrait encore demander la mise sur pied d'un atelier au prochain congrès des maisons d'hébergement pour femmes battues (cet atelier serait une sorte de **recherche** «informelle», susceptible ou non de déboucher sur un projet de **recherche** plus «formel»).
- Serait-ce utile d'enquêter en profondeur et d'analyser l'expérience des femmes? Cela nous permettrait-il d'obtenir l'information dont nous avons besoin pour rendre notre travail plus efficace? La maison de transition a-t-elle les ressources nécessaires pour le faire? (Répondre positivement à ces questions signifie donner le feu vert à un projet de **recherche** en bonne et due forme.)

*Avant de décider d'entreprendre une recherche, posez-vous des questions semblables à celles-ci:*

---

- Est-ce une entreprise réellement nécessaire?
- Pourquoi? (la réponse à cette question constituera votre **objectif général**).
- À quelles questions avons-nous intérêt à répondre?
- Où, autrement, pourrions-nous obtenir cette information?
- Sommes-nous les personnes qui réaliseront la **recherche**?
- Disposons-nous ou pouvons-nous disposer des ressources nécessaires pour réaliser un tel projet?
- Qu'allons-nous faire des résultats de la **recherche**?

Si votre planification est déjà faite et que vous avez opté pour la **recherche** comme stratégie d'action, vous pouvez démarrer votre projet.

## ANNEXE C Buts et objectifs

---

*Les buts d'un groupe définissent ce qu'il se propose de réaliser.*

---

Les **buts** sont habituellement énoncés en terme très larges. Voici, par exemple, l'énoncé des **buts** d'un groupe engagé auprès des personnes sidéennes: «aider les personnes atteintes du SIDA à vivre chez elles aussi longtemps que possible».

Un groupe de défense des droits de ces personnes pourra utiliser la formulation suivante: «convaincre les gouvernements, fédéral et provinciaux, à modifier leur charte des droits de la personne pour interdire toute discrimination à l'égard des personnes atteintes du SIDA ou présumées porteuses du virus».

Un autre groupe dévoué aux personnes âgées victimes de violence pourrait énoncer sa visée comme suit: «sensibiliser les médias locaux à cette question».

*Déoulant du but général, les objectifs sont des buts intermédiaires spécifiques, mesurables et dont l'échéance est précise.*

---

C'est en formulant les **objectifs** qu'on détermine le détail de ce qu'on veut faire. Aussi, loin d'énoncés généraux, les **objectifs** sont formulés avec autant de précision que possible.

- \* Un groupe qui gère une maison de transition peut formuler plusieurs **objectifs** dont en tout premier lieu celui d'offrir hébergement et sécurité aux personnes qu'il veut desservir.
- \* Le groupe dévoué aux personnes âgées victimes de violence pourrait entre autres formuler l'**objectif** suivant: «Organiser deux ateliers sur deux aspects importants du problème, entre le mois de septembre et le mois de novembre».
- \* Un groupe de défense des droits des personnes âgées pourrait compter parmi ses **objectifs**: «Former dans les trois prochains mois une équipe d'aide et d'intervention composée de personnes du milieu».

Les **objectifs** visent généralement à élargir les connaissances ou les aptitudes de la population ou à changer les mentalités et les pratiques. Il peut s'agir également de la défense de certains acquis ou de l'amélioration d'une situation.

Dans la mesure du possible, fixez des échéances précises à vos **objectifs** pour obtenir vision d'ensemble exacte du travail. Évitez d'énoncer deux **objectifs** en un seul; en les distinguant soigneusement, vous assurez une meilleure planification des tâches qu'ils requièrent. Des énoncés d'**objectifs** clairs et précis favorisent une bonne définition du travail à accomplir.

(Tiré et adapté de Hip Pocket Guide to Planning and Evaluation, de Dorothy Graig, Learning Concepts, University Associates, 1978)

## ANNEXE D

# Comment tester vos stratégies

---

### *Facteurs positifs et facteurs négatifs*

---

Prenez une grande feuille de papier et inscrivez en haut la stratégie choisie. Séparez la page en deux colonnes verticales. Inscrivez «facteurs favorables» dans la colonne de gauche et «facteurs défavorables» dans celle de droite. Énumérez dans chaque colonne les tâches qui réaliseront votre stratégie ou votre **objectif**, les obstacles qui les entraveront. Posez-vous les questions suivantes:

- Pouvons-nous influencer de quelque manière sur ces facteurs?
- Peut-on accroître l'effet des facteurs favorables?
- Peut-on atténuer l'impact des facteurs négatifs?
- Quels autres facteurs favorables pouvons-nous créer?

### *Inventaire des ressources*

---

Sur une grande feuille de papier, faites une colonne à gauche dans laquelle vous énumérez à la verticale toutes les ressources nécessaires à la réalisation des stratégies choisies: PERSONNEL, ARGENT, ÉQUIPEMENT, LOCAUX, TEMPS, CONNAISSANCES, COMPÉTENCES, INFLUENCE POLITIQUE, ÉNERGIE, INFORMATIONS, etc.

En haut du tableau, inscrivez à l'horizontale ces titres de colonne:

EN AVONS-NOUS BESOIN? DISPOSONS-NOUS DE CETTE RESSOURCE? POUVONS-NOUS L'OBTENIR? OÙ?

Une fois ce tableau rempli, vous connaîtrez les ressources requises, celles dont vous disposez et celles qui manquent.

### *Comment évaluer votre stratégie*

---

Voici les cinq mots clés qui vous permettront de tester votre stratégie:

- \* **ADÉQUATE**. Vu l'ampleur ou la portée du problème, cette stratégie pourra-t-elle changer véritablement quelque chose?
- \* **APPROPRIÉE**. Est-ce opportun de poser cette action? Correspond-elle aux **buts** et aux **objectifs** de l'organisme?
- \* **EFFICACE**. En quoi cette stratégie permettra-t-elle d'atteindre nos **objectifs**?
- \* **EFFICIENTE**. Quel est le rapport coûts-bénéfices? Les bénéfices obtenus justifient-ils l'argent ou les ressources investies?
- \* **EFFETS SECONDAIRES**. Quelles peuvent être les retombées positives et les retombées négatives de cette stratégie?

(Adapté de Hip Pocket, Guide to Planning and Evaluation, de Dorothy Craig, Learning Concepts, University Associates, 1978)

- Une bonne façon de faire un plan de travail: procéder à partir des **objectifs de recherche**.
- Deux personnes de l'équipe de **recherche** ébauchent un premier plan de travail qui sera soumis à l'ensemble du comité de **recherche**. Il importe que chaque membre de l'équipe de **recherche** prenne part dans la mesure du possible, aux décisions finales concernant le plan de travail.

Ne cherchez pas à faire trop dans un laps de temps trop court: la qualité du travail, la santé mentale de l'équipe et la crédibilité de votre organisme risquent d'en souffrir.

1. Dessinez un tableau sur une grande feuille de papier, avec les têtes de colonnes suivantes:

Objectifs	Tâches	Temps requis	Dates d'échéance	Personnes en charge	Ressources nécessaires
-----------	--------	--------------	------------------	---------------------	------------------------

2. Inscrivez le premier **objectif** dans la colonne de gauche. Dans la colonne suivante, énumérez toutes les tâches à faire pour le réaliser. Certains groupes les inscrivent sur des cartons mobiles qu'ils peuvent ranger par ordre chronologique.
3. Répétez l'opération pour chacun des **objectifs**. N'oubliez pas les tâches administratives, les réunions, etc.
4. Retournez au premier **objectif**. Estimez pour chacune des tâches indiquées le temps qu'il vous faudra pour les réaliser; notez-le dans la colonne appropriée.
5. Notez la date à laquelle commencera le projet. Décidez ensuite de la date que vous inscrirez à côté de chacune des tâches inscrites au tableau. Si par exemple le projet commence le 10 octobre et que la première tâche nécessite une semaine de travail, vous inscrirez le 17 octobre dans la colonne «Date d'échéance».

Certaines tâches seront simultanées. Vous pouvez par exemple entreprendre votre revue de littérature au début du projet et la poursuivre parallèlement au travail d'entrevues.

N'oubliez pas de tenir compte des saisons et des périodes de vacances.

À ce stade, vous risquez d'être surpris-es et même épouvantés-es par le temps qu'exigera concrètement le travail. Si vos bailleurs de fonds vous ont déjà fixé une échéance, il vous faudra éventuellement réviser votre projet ou négocier avec eux une prolongation et une extension de la subvention.

Réviser le projet ne veut pas dire faire la même chose en moins de temps. Il s'agit de le réévaluer et d'éliminer certaines tâches.

6. Passez à la colonne «Personnes en charge» et inscrivez pour chacune des tâches le nom des personnes qui s'en acquitteront. Vous connaîtrez ainsi le nombre de personnes nécessaires, leurs fonctions et leurs responsabilités.
7. Remplissez ensuite la colonne «Ressources nécessaires». Il peut s'agir d'un ordinateur, d'un local, de matériel et d'équipement, d'informations, de personnel salarié, de temps, de bénévoles, etc. Estimez le montant des frais encourus et inscrivez ce chiffre dans la colonne appropriée. Vous y reviendrez quand vous établirez votre budget.
8. Établissez un calendrier de travail mensuel comprenant toutes les tâches et tous les **objectifs** à atteindre. Vous pouvez vous reporter au modèle ci-joint.
9. Affichez le plan et le calendrier de travail à un endroit accessible à tous-tes. Assurez-vous que chaque membre du comité connaît bien ses responsabilités.

Voici une ébauche de plan de travail pour un petit projet de **recherche** comprenant 30 entrevues et un rapport écrit devant déboucher sur des actions/interventions.

Voici une ébauche de plan de travail pour un petit projet de recherche comprenant 30 entretues et un rapport écrit devant déboucher sur des actions/interventions.

Tâches (par ordre chronologique)	DATES (sur une base hebdomadaire)												
	SEPT. 1234	OCT. 1234	NOV. 1234	DEC. 1234	JAN. 1234	FEV. 1234	MARS 1234	AVR. 1234	MAI 1234	JUN 1234	JUL. 1234	AOUT 1234	SEPT. 1234
Réunions du Comité de recherche - Etpas 1 à 10	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Rédiger le projet	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Mettre au point le plan de travail	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Établir le budget	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Commencer la revue de littérature	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Contacter les répondants et prendre rendez-vous pour les entretues	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Tester le guide d'entrevue	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Entretues, rédaction des comptes rendus	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Début du travail d'analyse	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Tirer les grandes lignes générales	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Rédaction de la 1ère version	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Révision, discussion	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Rédaction de la 2ième version	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Révision, discussion	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Correction et révision de la version finale	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Présentation/graphique/illustrations	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Composition et correction d'épreuves	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Mise en pages/correction de la mise en pages	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Devis d'imprimeurs/entente avec imprimeur	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Impression du rapport	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Plan d'action à la suite de la recherche	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

# ANNEXE F                      Le budget de la recherche

---

*Voici les éléments dont vous devez tenir compte pour établir le budget.*

---

Salaires et honoraires des enquêteurs/enquêteuses:	personnel payé, bénévoles, consultants-es, etc.
Locaux:	location d'un local spécial? location d'une salle dans les locaux d'un autre organisme? électricité? chauffage?
Temps:	préciser la durée du projet.
Évaluation:	estimer le temps et les frais du personnel et des membres du comité de recherche dûs à l'évaluation du projet de recherche; ajouter les honoraires d'un-e éventuel-le consultant-e.
Équipement/matériel:	papeterie, classeurs, papier à photocopie, photocopieuse, traitement de texte.
Téléphone:	appels interurbains éventuels et tarif mensuel régulier.
Documentation:	combien coûtera l'achat de livres, la location de films, etc. nécessaires à la revue de littérature?
Frais de déplacement:	kilométrage, billets d'avion, autres.
Coûts de publication du rapport:	composition/traitement de texte, révision, correction d'épreuves, mise en pages, impression, publicité et distribution.

# ANNEXE G L'équipe de recherche

---

## *Nombre de personnes requis*

---

La composition de l'équipe de **recherche** dépend de chaque projet. Vous aurez besoin, à tout le moins, d'une personne qui coordonne la **recherche**. L'expérience révèle que les bénévoles peuvent très bien s'acquitter de la majeure partie du travail d'entrevues et de revue de la littérature, mais le processus sera d'autant plus long que ces personnes disposent de moins de temps que le personnel salarié. Concernant le bénévolat, le groupe doit en évaluer le pour et le contre en fonction de ses intérêts et de ses ressources financières.

## *Qualifications des membres de l'équipe de recherche*

---

Il n'est pas nécessaire d'avoir préalablement suivi une formation pour participer à un projet de **recherche-action**. C'est d'ailleurs l'un de ses grands avantages.

Il est facile de s'adapter aux méthodes de **recherche-action** présentées dans ce guide. Vous pouvez embaucher et former des personnes qui n'en ont jamais fait pourvu qu'elles soient vivement intéressées. Cette formation pourra leur servir ailleurs. Réservez du temps et de l'argent pour la formation.

Les qualifications des membres de l'équipe dépendent de la nature de la **recherche**. Bien connaître la problématique est certes favorable et le fait de connaître la population cible reste un atout majeur.

Pour identifier les qualifications requises, tenez compte des méthodes de cueillette des **données**. Si, par exemple, les calculs **statistiques** constituent un aspect mineur de votre projet, il sera inutile d'embaucher des personnes dont c'est le point fort. Si vous privilégiez principalement les entrevues, les **enquêteurs** ou **enquêteuses** devront posséder l'expérience et les compétences nécessaires.

## *La formation des enquêteurs/enquêteuses*

---

Il faut en général plusieurs sessions de formation d'un à deux jours - une au début, une autre juste avant la cueillette de **données** et une session finale au début du processus d'**analyse**.

# ANNEXE H

# L'éthique de la recherche

---

## *Le consentement éclairé*

---

Tous-tes ont le droit d'être informés-es des aspects susceptibles d'influencer leur décision quant à la participation à quelque projet de **recherche**. Pour éclairer les **répondants-es**, il importe de leur donner l'information suivante:

- sur quoi porte la **recherche**;
- comment l'équipe de **recherche** compte utiliser l'information recueillie;
- les mesures qui garantiront la confidentialité de leur témoignage.

Voici quelques mesures à prendre pour que vos **répondants-es** sachent parfaitement à quoi ils-elles s'engagent:

- Rédigez un court texte sur les **buts** et la **méthodologie** de la **recherche** ainsi que sur les mesures de protection des sources. Vous pouvez remettre ce document ou le lire aux personnes interrogées, de préférence avant de commencer l'entrevue.
- Soyez prêts-es à répondre à toute autre question posée par vos **répondants-es**. Évitez de révéler l'identité de qui que ce soit. Si, par exemple, votre **répondant-e** voulait connaître le nom des autres personnes interviewées, vous lui expliquez pourquoi vous devez refuser. En revanche, vous pouvez lui fournir des précisions sur le type et le nombre de personnes interviewées. De la même façon, ne parlez pas des résultats de la **recherche** avec vos **répondants-es** avant que l'**analyse** soit terminée. Dites-leur qu'il vous fera plaisir de leur envoyer une copie du résumé ou du rapport que vous produirez.

## *La confidentialité*

---

- Vous devez soigneusement protéger vos sources d'information. Dans certains cas, vous serez amenés-es à poser des questions très personnelles sur la vie privée des gens. Il est nécessaire de faire preuve de respect et de s'abstenir de tout jugement. Prenez soin de coder vos formulaires d'entrevues et de **questionnaires** pour protéger l'anonymat de vos **répondants-es**.
- Il faut que tous-tes les membres du comité de **recherche** comprennent à quel point la confidentialité est importante. C'est une question de confiance entre les **répondants-es** et les **enquêteurs/enquêteuses**. Révéler quoi que ce soit, c'est trahir cette confiance et porter préjudice à la personne qui vous informe. Cette attitude peut également nuire au groupe qui mène la **recherche**, car il lui sera difficile de rétablir un climat de confiance dans le milieu où il évolue.

Vous trouverez en page 56 du présent guide la marche à suivre pour que vos informations demeurent confidentielles. Ces règles devront être rigoureusement suivies.

### *Participation volontaire à la recherche*

---

- **Les répondants-es** potentiels-les doivent toujours se sentir libres de participer à la **recherche**. Tout genre de contrainte est éminemment malvenue.
- Les membres de l'équipe de **recherche** doivent tenir compte du **contexte des répondants-es** potentiels-les, en particulier s'il s'agit d'un hospice, d'une maison d'hébergement, d'une garderie ou de tout autre institution à laquelle les **répondants-es** peuvent se sentir redevables ou vis-à-vis de laquelle ils-elles peuvent se croire obligés-es. Dans ce cas, on doit les aviser clairement de leur droit de refus sans qu'ils-elles encourrent la moindre représaille ou sanction.

### *Rémunération des répondants-es*

---

Il est rare qu'on rémunère les personnes pour le temps passé à répondre aux questions des **enquêteurs/enquêteuses**. Si vous devez néanmoins prendre une décision à ce sujet, il importera de s'arrêter à quelques questions.

- Pourquoi payer?
- Cela aura-t-il un effet sur l'information?
- Paierez-vous tous-tes les **répondants-es**? seulement quelques-uns-es? comment les sélectionnerez-vous? combien allez-vous les payer?

## **ANNEXE I**

## **Quelques ouvrages de référence**

---

**A PLANNING HANDBOOK FOR WOMEN'S ORGANIZATIONS**, Saskatchewan Women's Resources, 2398 Scarth Street, Regina, Saskatchewan, S4P 2J7. Année de parution non mentionnée.

**EFFECTIVE EVALUATION: IMPROVING THE USEFULNESS OF EVALUATION RESULTS THROUGH RESPONSIVE AND NATURALISTIC APPROACHES**, Egon Guba et Yvonna Lincoln, Jossey Bass Publications, 1981.

**EXPERIENCE, RESEARCH, SOCIAL CHANGE: METHODS FROM THE MARGINS**, Sandra Kirby, Kate McKenna, Garamond Press, 1989.

**HIP POCKET GUIDE TO PLANNING AND EVALUATION**, Dorothy Craig, Pfeiffer & Company, University Associates, 4190 Fairview Street, Burlington, Ontario, L7L 4Y8, 1978.

**HOW TO STUDY YOUR OWN COMMUNITY: RESEARCH FROM THE PERSPECTIVE OF WOMEN**, Helga Jacobson, Women's Research Centre, 1990.

**MAINTENIR LE CAP: GUIDE D'ÉVALUATION POUR LES GROUPE COMMUNAUTAIRES**, Diana Ellis, Gayla Reid, Jan Barnsley, Women's Research Centre, 1990.

**MARKETING AND DISTRIBUTION: A GUIDE FOR NON-PROFIT ORGANIZATIONS**, Trace Porteous et Kathryn Rowe, Victoria Women's Sexual Assault Centre, 1986.

**METHODS IN BEHAVIORAL RESEARCH**, Paul Cosby, Mayfield Publishing, 1989 (informations utiles sur les méthodes quantitatives).

**QUALITATIVE EVALUATION METHODS**, Michael Patton, Sage Publications, 1980.

**STRATEGIES FOR CHANGE; FROM WOMEN'S EXPERIENCE TO A PLAN OF ACTION**, Debra Lewis et Jan Barnsley, Women's Research Centre, 1990.

**WOMEN'S WORDS: The Feminist Practice of Oral History**, Black, Patai (eds), Routledge, 1991.