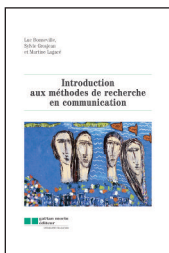


Reviews



Introduction aux méthodes de recherche en communication. Par Luc Bonneville, Sylvie Grosjean et Martine Lagacé. Montréal : Gaëtan Morin Éditeurs, 2007. 238 pp. ISBN-13:978-2-89105-948-0.

En communication, il est très difficile de circonscrire les outils et méthodes de recherche employés dans les études scientifiques dû au caractère multidisciplinaire du domaine. Tout dépendant du sujet de recherche, il est souvent nécessaire de puiser dans une variété de volumes de méthodologie pour réussir à tenir compte des différences disciplinaires. Bonneville, Grosjean et Lagacé ont réussi à faire le tour de plusieurs d'entre elles en incorporant des exemples provenant de secteurs aussi divers que la santé et l'éducation. De plus, ils ont bien recherché les pionniers des différents domaines. Au moment où notre pensée divague vers un auteur qui ne semble pas être tenu en compte, nous sommes surpris de retrouver le même auteur quelques pages plus loin.

Cet ouvrage est particulièrement intéressant pour tout nouvel étudiant en communication et principalement pour les étudiants de premier cycle qui s'initient à la recherche. Il peut aussi facilement servir de base pour toute personne désirant explorer une nouvelle méthode et connaître des auteurs clés qui y sont rattachés. Le livre comprend trois parties principales incluant un survol de la recherche en communication, une section sur la recherche quantitative et une section sur la recherche qualitative.

La première section, intitulée *La recherche en communication*, discute d'abord des axes d'étude en communication. Un tableau récapitulatif permet de faire une brève synthèse des domaines étudiés. Par la suite, une explication de la démarche scientifique est présentée, aboutissant à une brève discussion sur l'épistémologie, sujet souvent escamoté dans les livres d'introduction aux méthodes de recherche. Quoique la section soit assez courte et qu'elle ne comprenne pas d'échelle graphique pour faciliter la visualisation des différentes positions que prennent les écoles (voir par exemple Chalmers, 1987), elle aborde tout de même le sujet de façon simple et compréhensible. La section se termine avec une explication des types de recherche illustrée sous forme de tableaux synthétiques ainsi qu'une description du processus de recherche. Des exemples d'une lettre d'information et d'un formulaire de consentement ainsi que des résumés du processus de recherche pour trois types d'étude sont ici encore présentés sous forme de tableaux permettant une visualisation claire, ce qui s'avère un outil utile pour les personnes cherchant à parfaire leurs connaissances et à se tenir au courant des dernières tendances. Celles-ci apprécieront le tableau recensant les revues scientifiques francophones en communication les plus populaires.

La deuxième section, portant sur la recherche quantitative en communication, est à mon avis la plus développée, passant de la définition des notions et concepts principaux des recherches quantitatives en communication aux méthodes et outils de collecte de données et, finalement, à l'analyse des résultats de façon systématique. L'explication détaillée des équations mathématiques et de la différence entre la fidélité et la validité des instruments de mesure est un repère indispensable pour tout novice. De nombreuses références utiles et, dans la plupart des cas, récentes sont parsemées dans les chapitres dans le but d'inciter l'approfondissement des concepts.

La troisième section comprend les mêmes éléments que la deuxième (concepts et notions, outils de collecte et analyse), mais son élaboration est inférieure, car elle jumelle

les outils de collecte et l'analyse en un bloc. Même si l'analyse et la collecte peuvent parfois se faire en même temps sur le terrain ou dans un laboratoire en employant des méthodes qualitatives, il ne s'agit pas nécessairement d'un processus plus facile, et certainement pas plus évident. Une section complète sur le codage avec des exemples concrets aurait pu être élaborée au lieu d'en faire allusion en discutant de façon générale de l'ensemble des outils. C'est d'ailleurs le cas pour la transcription verbatim d'entrevues. La discussion d'une triangulation des données aurait aussi donné davantage de poids à cette section du livre (voir par exemple Yin, 2003).

Bref, les aspects les plus intéressants de ce livre incluent, d'abord, l'usage fréquent de tableaux synthétiques pour isoler les concepts ou les processus importants de la démarche scientifique. Les nombreux exemples se rapportant au monde des technologies de l'information donnent un caractère vivant et rafraîchi à ce sujet souvent difficile d'approche pour les jeunes amateurs de recherche. Le fait que les auteurs se rapportent autant que possible à des œuvres francophones est un autre point positif à souligner compte tenu du nombre limité d'ouvrages méthodologiques écrits dans la langue de Molière. Finalement, un survol complet du processus de recherche, de la conception des idées à la publication dans une revue savante en communication, offre une plus-value qu'il est rare de trouver dans un livre d'introduction.

Du côté négatif, le livre prend du temps à remettre les pendules à l'heure concernant la croyance que les études dont découlent des données quantitatives sont supérieures à celles dont découlent les données qualitatives. Quoiqu'il existe beaucoup d'études en communication qui soient plutôt qualitatives et que les études quantitatives sont encouragées dû à cette lacune dans certains axes de recherche, il aurait été important de rendre explicite beaucoup plus tôt dans le volume le fait que la démarche scientifique dépend principalement de la question posée découlant du sujet à l'étude. Le glossaire constitue un ajout pratique, mais il n'était peut-être pas assez développé. Par exemple, le mot « biographie », qui est davantage à la portée de tous, y figure, mais des mots plus techniques comme « strate » et « covariance » n'y sont pas. Enfin, le livre n'a pas de chapitre de conclusion, ce qui laisse le lecteur un peu perplexe.

Tout compte fait, je n'hésiterais pas à utiliser ce livre comme introduction à la recherche en communication pour des étudiants commençant leur parcours universitaire. Il est aussi utile pour des étudiants provenant d'une autre discipline qui cherchent à se familiariser avec les courants de recherche en communication. Pour des étudiants de cycles supérieurs, je crois que le volume n'est pas suffisant comme ouvrage de référence. Il est toutefois un bon aide-mémoire et peut servir en quelque sorte de « bibliographie annotée » pour repérer des livres plus détaillés sur des sujets uniques—comme celui de Glaser et Strauss (1967) pour approfondir le *Grounded Theory*, ou encore le recueil de Giordano (2003) qui comprend un ensemble de textes d'auteurs différents qui approfondissent une variété de méthodes. Une bonne suite à donner à ce livre serait de développer un cédérom complémentaire qui comprendrait de plus amples exercices, des exemples de formulaires types et de lettres de consentement, et qui inclurait une version informatisée du texte dont on pourrait facilement survoler le contenu avec des fonctions de recherches.

Références

Chalmers, Alan F. (1987). *Qu'est-ce que la science?* Paris : Éditions La Découverte.

- Giordano, Yvonne. (2003). *Conduire un projet de recherche*. Colombelles : Les éditions management et société.
- Glaser, Barney & Anselm Strauss. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Chicago: Aldine Publications.
- Yin, Robert. (2003). *Case Study Research: Design and Methods*, 3rd ed. Newbury Park, CA: Sage.

Geneviève A. Bonin
Université McGill