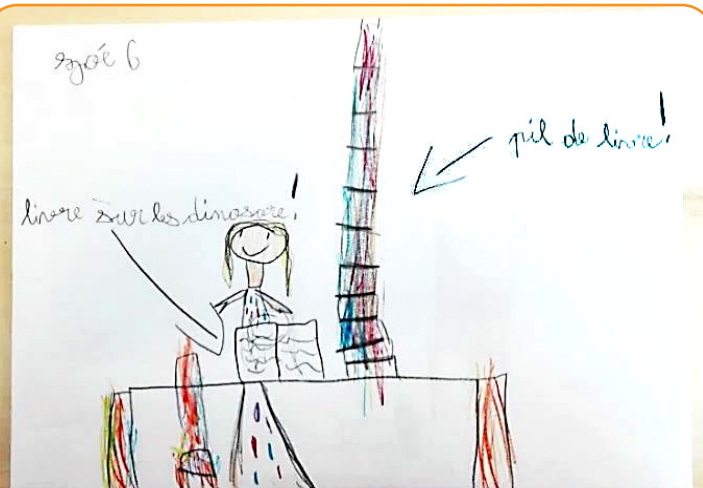


Identifier et surmonter les biais dans la recherche qualitative auprès d'enfants

Kenza Marry • Nimec • Normandie Université

Terrain

Collecte de données auprès d'enfants en âge scolaire, de 3 à 12 ans, autour des pratiques de lecture et du rapport à l'objet livre



Dessins d'enfants collectés avec les consignes suivantes :

- Dessine-toi en train de lire
- Dessine un livre

Deux grands types de difficultés liées à la collecte de données auprès d'enfants

Des capacités cognitives limitées (Piaget et Inhelder, 1966)

- Difficultés à exprimer un point de vue (vocabulaire, capacité à l'abstraction)
- Difficultés de compréhension des questions et des attentes du chercheur
- Problèmes de concentration

« J'aime bien les comics, comme Batman. Je suis allé voir Batman au cinéma la semaine dernière avec un copain, et c'était trop bien. J'ai trouvé ça mieux que Spiderman [...] (parle de films et plus du tout de livres) » (Romain, 8 ans, répondant à la question « Qu'est ce que tu aimes comme livres ? »)



Réponse technique : Méthodes projectives, avec photo-élicitation (Dion, 2014) et dessin (Ezan, 2012)

Libère la parole par la médiation de l'image, met l'enfant à l'aise en lui proposant une activité ludique, qu'il maîtrise davantage

Questions de réflexivité : Nécessité de se placer au niveau de l'enfant tout en conservant la profondeur sémantique du questionnement

Un rapport d'autorité vis-à-vis du chercheur

- Biais de désirabilité sociale, l'enfant se conforme à ce qu'il pense qu'on attend de lui, répète l'opinion des parents (Brée, 2012)
- Confusion avec l'environnement scolaire, d'autant plus forte que le sujet évoqué entretient des liens étroits avec l'école (ici la lecture)

« Y en a dans ma classe qui lisent pas du tout et qui font que regarder la télé, moi je trouve que ça rend bête. C'est super important de lire, pour l'orthographe et tout. » (Léa, 9 ans)



Réponse technique : Observation

Avec pour objectif de mettre en évidence le décalage entre le discours et les pratiques

Questions de réflexivité : Nécessité de valoriser l'enfant comme apporteur de connaissances et de questionner mon propre rapport de chercheur à la « culture légitime » que constitue l'objet livre.

Références

- Ezan, P., Gollety, M., & Hemar-Nicolas, V. (2015). Le dessin comme langage de l'enfant: Contributions de la psychologie à l'enrichissement des méthodologies de recherche appliquées aux enfants consommateurs. *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 30(2), 82-103.
- Dion, D. (2007). Les apports de l'anthropologie visuelle à l'étude des comportements de consommation. *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 22(1), 61-78.
- Brée, J. (2012). *Kids marketing*. EMS Management et société.
- Piaget, J., & Inhelder, B. (1975). *La psychologie de l'enfant*.