



WorldYWCA

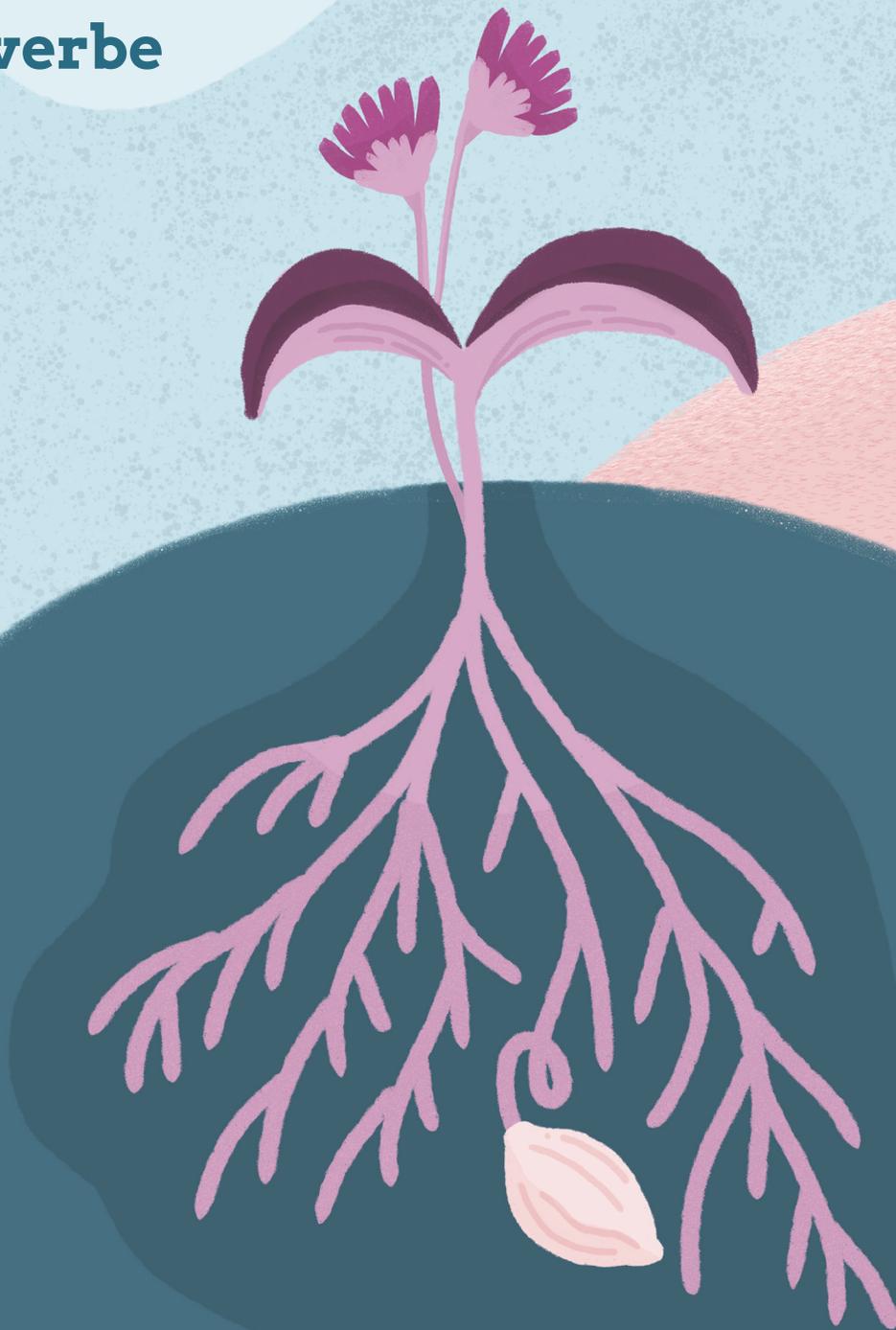
## We Rise, We Lead

Le guide de la méthodologie  
de consultation féministe  
par la YWCA Mondiale



**Les fleurs de demain  
sont les graines  
d'aujourd'hui...**

**- Proverbe**





## À propos de la YWCA Mondiale

Nous sommes une organisation mondiale de défense des droits des femmes qui mobilise chaque année des millions de femmes, de jeunes femmes et de filles à travers le monde, quelles que soient leurs cultures et croyances, pour transformer des vies et le monde, pour le mieux. Avec une présence dans plus d'une centaine de pays, notre travail est mené à la base, ancré dans les communautés locales et dans le pouvoir de transformation des femmes. La YWCA Mondiale offre un soutien et des opportunités aux femmes, aux jeunes femmes et aux filles pour devenir des leaders et des actrices du changement qui non seulement protègent leurs droits et ont un impact sur leurs communautés, mais inspirent également leurs pairs à faire de même.

La YWCA Mondiale se concentre sur la construction d'un réseau intergénérationnel solide de femmes leaders, avec des programmes dirigés par et pour les femmes en réponse aux besoins uniques qu'elles constatent dans leurs communautés.

## Droit d'auteur

Licence Creative Commons Attribution - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0)



[creativecommons.org](https://creativecommons.org)

Cette publication peut être redistribuée à des fins non commerciales dans n'importe quel média, sans modification et dans son intégralité, en mentionnant la YWCA Mondiale.

Une initiative de la YWCA Mondiale 2022

## Scannez le QR-code pour faire un don



# Table des Matières

- 1** Comment utiliser ce guide
- 3** Sommaire exécutif
- 6** Un voyage pour développer la méthodologie de consultation féministe

## La Méthodologie

- 8** Quelle est la méthodologie ?
- 8** Qu'est-ce qui la rend féministe et intersectionnelle ?
- 12** Qui devrait l'utiliser ?
- 13** Pourquoi l'utiliser ?
- 13** Comment la mettre en pratique ?
- 18** Votre rôle en tant que chercheur-se
- 24** Le processus

## Planifier

- 25** Définir les objectifs et les résultats
- 27** Rassembler l'équipe
- 27** Planifier les ressources
- 28** Se préparer à contrôler

## Concevoir

- 31** Concevoir pour...
- 32** Concevoir selon les principes de recherche féministe
- 33** Concevoir pour un langage clair

## Concevoir (suite)

- 35** Concevoir pour la sécurité
- 44** Choisir qui et combien de personnes impliquer
- 45** Décider des données à collecter
- 48** Explorer la ou les méthode(s) de recherche
- 48** Sondages
- 52** Groupe de discussion avec storytelling
- 55** Entretiens

## Mettre en oeuvre

- 57** Rechercher des participant-e-s
- 60** Donner vie à la (aux) méthode(s) de recherche
- 62** Sondages
- 64** Groupe de discussion avec storytelling
- 66** Entretiens
- 68** Valider pour voir ce qui fonctionne

## Comprendre

- 70** Solliciter les compétences et le soutien
- 71** Analyse des résultats

## Apprendre

- [75](#) Réfléchir en tant qu'équipe de recherche
- [76](#) Invitez les pairs et la communauté à donner leur avis
- [76](#) Explorer les solutions possibles

## Itérer

- [83](#) Regarder vers l'avant et faire le tour de la question
- [85](#) Votre aventure se poursuit

## Annexe

- [87](#) Remerciements
- [89](#) Mots et expressions importantes
- [97](#) Échantillonnage
- [97](#) Pourquoi échantillonner et comment le faire
- [98](#) Méthodes d'échantillonnage probabiliste
- [99](#) Méthodes d'échantillonnage non probabiliste
- [103](#) Sécurité et sûreté

## Outils et modèles

### La gestion de projet

- [107](#) Guide du plan d'action
- [110](#) Modèle de budget
- [115](#) Modèle de publicité
- [117](#) Fiche infos des réseaux sociaux
- [121](#) Modèle d'invitation
- [124](#) Modèle de formulaire de consentement

- [131](#) Modèle de formulaire de consentement à l'enregistrement et à l'image

## Outils et modèles

### Gestion de projet (suite)

- [138](#) Modèle de rapport de progrès
- [141](#) Modèle de suivi et de vérification de projet
- [144](#) Modèle de checklist pour l'évaluation

### Méthodologie de recherche

- [146](#) Modèle de développement de question de recherche
- [148](#) Modèle de questionnaire
- [157](#) Exemples d'accords communautaires
- [160](#) Guide de terrain sur les groupes de discussion avec storytelling
- [163](#) Guide de terrain pour l'entretien individuel
- [166](#) Modèle de storytelling
- [169](#) Guide de collection des données

### Exemples

- [173](#) Exemple de collection des données

### Référence

- [176](#) Ressources
- [178](#) Notes de fin

# Comment utiliser ce guide

Bienvenue dans la méthodologie de consultation féministe ! Nous sommes ravis que ce guide vous aide à vous engager et à co-créer avec des **jeunes femmes**.

Si c'est la première fois que vous utilisez la méthodologie, nous vous recommandons de consulter ce guide dans son intégralité pour en acquérir une bonne compréhension. Ce guide est une excellente source d'explications détaillées et contient de nombreux **outils et modèles** pour vous aider à démarrer. Nous vous invitons à les adapter selon vos besoins pour répondre à la vision de votre **consultation**. Il n'existe pas de solution universelle, car chaque individu et chaque organisation ont des besoins différents ! Quelle que soit la consultation que vous concevez, veillez à mettre en avant les voix des jeunes femmes et de donner la priorité à la **diversité**, **l'équité**, l'accès et à **l'inclusion**.

Ce guide vise à présenter les informations de manière à ce qu'elles soient accessibles et inclusives. Lorsque nous disons « vous », nous faisons référence à toute personne ou entité : un-e membre d'un groupe de bénévoles, une organisation à but non lucratif, un groupe de recherche étudiant, une entreprise, une personne individuelle ou un-e **leader communautaire**. Vous êtes peut-être au début de votre parcours de recherche, ou vous avez déjà une longue expérience. Lorsque nous disons « nous », nous faisons référence à la YWCA Mondiale et aux co-créateurs et co-créatrices de cette méthodologie qui l'utilisent désormais régulièrement.

Dans un esprit de co-création et d'approche **féministe**, nous vous encourageons à intégrer des histoires et des citations dans votre consultation, lorsque cela est possible. Cela apportera non seulement de la crédibilité et renforcera votre recherche, mais c'est aussi une façon de reconnaître les contributions de vos **participant-e-s**. Si vous tombez sur un apprentissage ou une histoire marquante au cours de votre processus de consultation, nous vous invitons à le partager avec nous pour nous aider à faire évoluer cette méthodologie. Cette méthodologie est un parcours d'apprentissage continu pour toutes et tous et a été créée par des jeunes femmes pour des jeunes femmes.

Parcourons ce voyage ensemble...

## Quelques mots sur le langage

Le langage utilisé dans cette méthodologie est très important. Plus précisément, nous avons revendiqué l'utilisation du terme « féministe » afin de contribuer à une perception plus positive et à une compréhension plus claire de ce que signifie être « féministe ». Cela dit, nous reconnaissons que le terme « féministe » peut parfois être stigmatisé et controversé dans de nombreux contextes. Vous pouvez donc l'omettre ou l'adapter selon le cas. Que vous utilisiez le terme ou non, l'essence de la méthodologie restera féministe si vous suivez les étapes et les méthodes recommandées. Cela vaut pour tous les **mots et expressions importantes** de cette méthodologie.

## Pour une expérience optimale

Cette méthodologie est destinée à être utilisée par vous et votre **équipe de recherche**. Cela signifie que nous prévoyons un espace tout au long de la méthodologie pour que vous puissiez prendre des notes et compléter les **outils et modèles** (qui se trouvent dans l'annexe). Vous pouvez les remplir numériquement ou les imprimer pour les remplir à la main. Si vous choisissez de les remplir numériquement d'abord et de les imprimer ensuite, vous devez avoir conscience des limites. Il est possible que vos informations dactylographiées ne s'impriment pas entièrement dans chaque section (même si vous pouvez voir l'intégralité des informations sur votre écran). Malheureusement, il s'agit d'une limitation du fichier numérique que nous ne pouvons pas contrôler. Nous vous recommandons de tester une page au préalable avant de remplir numériquement et ensuite d'imprimer de nombreuses pages. De même, il se peut que les modèles aient besoin d'être adaptés aux besoins de votre consultation. Nous vous invitons à vous inspirer des outils et des modèles proposés et à les adapter si nécessaire !

Nous avons développé des icônes et un code couleur pour cette méthodologie afin de vous aider dans votre cheminement.

## Contactez-nous : nous sommes là pour vous aider !

Si vous utilisez cette méthodologie, n'hésitez pas à nous contacter pour nous faire part de vos difficultés ou de vos questions. Si ce document ne répond pas à vos besoins en matière d'accessibilité, n'hésitez pas à nous en faire part, nous serons heureux de vous aider.

Contactez la **YWCA Mondiale** à : [getinvolved@worldywcaworld.org](mailto:getinvolved@worldywcaworld.org)



### Repères visuels

Cette méthodologie comprend des icônes et des codes de couleur pour vous aider dans votre voyage.

### Icônes



**Appel à l'action : Planter des graines**  
Appliquez vos connaissances et passez à l'action.



**Conseil : Lumière du soleil**  
Concentrez-vous sur les informations clés..



**Considération : L'eau**  
Explorez des idées pour votre consultation.



**Soyez vigilantes : Le vent**  
Gardez une longueur d'avance sur les défis éventuels.

### En-têtes

**Vert : Passez à l'action !**

Passez à l'action ! Il peut s'agir de visiter un site web, de compléter une évaluation ou de documenter vos apprentissages.

**Jaune : Annexe, Ressources**

Présente l'annexe où se trouvent la plupart des outils pratiques et des cadres.

**Violet : Étapes 1 à 3 de la méthodologie**

Planifier (graine), concevoir (racine), mettre en œuvre (pousse).



**Turquoise : Étapes 4 à 6 de la méthodologie**



Comprendre (Fleurir), Apprendre (Polliniser), Itérer (Fruit).

### Barre de progression des plantes

Alors que vous avancez à travers chaque phase de la méthodologie, vous ferez pousser une plante le long du côté droit de la page.



# Sommaire exécutif

## Équité des genres grâce au leadership intergénérationnel et intersectionnel

### Nourrir un mouvement pour transformer le monde

Les femmes, les [jeunes femmes](#) et les filles sont les leaders dans tout ce que nous faisons à la YWCA Mondiale. En tant que l'un des plus anciens et des plus importants mouvements mondiaux de défense des droits des femmes, la YWCA Mondiale continue de soutenir la communauté intergénérationnelle et intersectionnelle des femmes du monde entier, en les aidant à faire avancer courageusement un mouvement mondial de dignité et de justice pour toutes les personnes et notre planète. Nous le faisons afin de développer le leadership et le pouvoir collectif des femmes et des filles à travers le monde pour atteindre la justice, la paix, la santé, la dignité humaine, la liberté et un environnement durable pour tous les peuples. Nos aspirations pour l'avenir sont ancrées dans un objectif audacieux connu sous le nom de [Objectif 2035](#)<sup>1</sup> :

« D'ici 2035, 100 millions de jeunes femmes et de filles transformeront les structures de pouvoir pour créer la justice, l'égalité des sexes et un monde sans violence ni guerre ; elles dirigeront un mouvement YWCA durable, incluant toutes les femmes. »

Avec l'Objectif 2035, nous embrassons la solidarité mondiale. Nous répondons directement à [Notre programme commun](#)<sup>2</sup> du Secrétaire général des Nations Unies et aux [Objectifs de Développement Durable \(ODD\)](#)<sup>3</sup>. Nous sommes conscients des lacunes qui existent dans le monde entier en ce qui concerne la pleine réalisation du potentiel des femmes et des filles. Et nous reconnaissons le travail nécessaire pour apporter le changement.

En d'autres termes, la voie à suivre pour atteindre l'objectif 2035 doit être partagée. Pour réaliser la vision que nous envisageons, la YWCA Mondiale est dédiée à continuer notre rôle en tant que mobilisateur de changement. Nous savons qu'il y a une valeur énorme à cultiver et à nourrir l'engagement avec les leaders sur le terrain, à la fois au sein et au-delà du mouvement de la YWCA. En consultant des femmes, des jeunes femmes et des filles du monde entier et en les mettant en contact, la YWCA Mondiale s'engage à mobiliser l'énergie collective du mouvement et à faire évoluer les choses pour le mieux.

### Investir dans le leadership des jeunes femmes et le renforcer

Partout dans le monde, les jeunes se lèvent et observent ce qui se passe dans leurs communautés et autour du monde. Leurs voix courageuses disent « Assez d'injustice ! Assez d'inégalité ! Assez de division ! » Et pourtant, dire « Assez ! » n'est tout simplement pas suffisant. En ces temps difficiles, chaque personne a un rôle à jouer pour transformer les efforts collectifs en action. Et cela nécessite le leadership des jeunes, surtout des jeunes femmes, pour montrer la voie. Maintenant plus que jamais, la société doit reconnaître les conditions nécessaires pour créer un véritable changement. La transformation ne se produit que lorsque les communautés valorisent toutes les femmes, et lorsque les jeunes femmes prennent conscience de leur pouvoir de créer le changement.

Inspirée par les efforts de changement des jeunes femmes, la YWCA Mondiale s'est lancée dans un voyage pour soutenir leur travail significatif. Pendant plusieurs années, la YWCA Mondiale a collaboré avec une équipe intergénérationnelle de femmes issues de communautés et de régions du monde entier. Ces femmes et jeunes

femmes ont partagé leurs expériences et leurs perspectives pour co-créer quelque chose de nouveau pour catalyser le changement : une méthodologie pour une consultation féministe et participative.

## Mobiliser les jeunes femmes pour diriger une consultation féministe et participative

La méthodologie de consultation féministe offre une approche nouvelle et très nécessaire pour impliquer les communautés. Cette méthodologie diffère des méthodologies de recherche traditionnelles qui sont souvent ancrées dans des approches coloniales pour la collecte de preuves. Dans cette méthodologie, la recherche est présentée comme l'étincelle de la justice transformative. Ancrée dans une approche diverse, démocratique et d  colonis  e, elle est conçue pour placer les filles et les femmes au centre de toutes leurs identités intersectantes.

Un aspect crucial de cette méthodologie est de confier le pouvoir aux femmes et aux jeunes femmes, pour qu'elles deviennent les leaders de leur vie et de leur avenir. Cette méthodologie, co-crée par et pour les jeunes femmes en utilisant la même approche participative décrite en son sein, est une véritable réflexion de leadership féministe innovant. Ici, le pouvoir est partagé avec les participant-e-s    la recherche qui sont impliqué-e-s en tant que co-chercheur-se-s, et avec les communautés qui participent à la collecte et à l'analyse de données dirigées par la communauté. Cette méthodologie prend en compte le langage, le ton et les dynamiques de pouvoir en favorisant le partage de connaissances intergénérationnel, l'autodétermination et l'agency (*la faculté d'agir par soi-même*). Cette approche collaborative de la consultation vise à démanteler les

systèmes défectueux et à remédier aux inégalités, tout en garantissant que les voix des femmes et des jeunes femmes soient une priorité.

Guid  e par des principes féministes, cette méthodologie encourage les perspectives diverses et reconnaît l'importance de toutes les voix, en particulier celles qui ont été ou sont historiquement exclues. Pour que les interventions de changement soient féministes, elles doivent se concentrer sur l'autonomisation des femmes et des autres genres marginalisés. De même, cette méthodologie est conçue pour garantir que les jeunes leaders disposent des outils pour libérer leur véritable potentiel et soient dotés de l'expertise nécessaire pour participer pleinement et sur un pied d'égalité. Les jeunes méritent une place à la table de discussion pour partager leurs perspectives, participer à la prise de décisions et défier le statu quo.

En tant qu'outil pratique, cette méthodologie peut être utilisée pour défendre le mouvement et pour en accroître l'impact. Historiquement, le mouvement féministe a été considérablement sous-financé. Les données suggèrent que moins de 1 % du financement pour le genre atteint les mouvements féministes et dirigés par des femmes, ce qui se traduit par un paysage actuel loin d'être adéquat pour faire avancer les droits et la justice<sup>4</sup>. En investissant dans les personnes, en formant des liens, en cultivant des relations et en renforçant les capacités, cette méthodologie aide à favoriser la résilience au sein du mouvement. En appliquant une perspective féministe à la collecte et à l'analyse de données ventilées par sexe, elle permet de mettre en lumière des enseignements qui favorisent l'action collective. Afin de soutenir la diversité au sein du mouvement YWCA, cette méthodologie est flexible et peut être adaptée par les individus et les organisations en fonction de leurs besoins.

Le soin et le temps sont des éléments essentiels de sa conception. Pour rester fidèle à l'esprit fondamental du mouvement féministe, cette méthodologie se déploie avec bienveillance. De l'extérieur, quelqu'un pourrait se demander pourquoi cela prend du temps au

mouvement pour faire avancer les choses, ou pourquoi cette méthodologie est si détaillée. Les jeunes femmes connaissent pourtant déjà la réponse. Le temps est essentiel pour changer les choses de manière significative et avec intention.

## Célébrer le pouvoir des jeunes femmes

Le parcours de la co-création de cette méthodologie souligne l'importance des jeunes femmes en tant qu'actrices du changement. Quand il s'agit de transformer le monde pour un avenir meilleur, les jeunes femmes ne devraient pas seulement en recevoir les bénéfices. Au contraire, les jeunes femmes souhaitent ardemment que leur voix soit centrée et entendue à chaque étape du processus. Les jeunes femmes sont prêtes à prendre les commandes et à diriger le programme du changement. Elles sont enthousiastes à l'idée de tracer un nouveau chemin vers l'avenir.

Il existe un vieux dicton qui décrit les jeunes comme les leaders de demain, mais cela n'est tout simplement pas vrai. Les jeunes femmes sont déjà les leaders d'aujourd'hui ! Le pouvoir des jeunes femmes est exponentiel lorsqu'il est dévoilé grâce à des efforts collectifs et intergénérationnels. Lorsqu'elles sont soutenues dans leur agency (*la faculté d'agir par soi-même*), les jeunes femmes autonomes provoquent le changement en dirigeant avec amour et empathie. Les jeunes femmes aident la société à reconnaître notre humanité commune et à dépasser nos différences, nos frontières et nos politiques. Les jeunes femmes, où qu'elles soient, nous inspirent à nous engager dans des actions plus significatives et audacieuses. Elles nous rappellent que l'équité des genres ne peut pas attendre et que le moment de changer est maintenant.

Avec les #JeunesFemmesAuPouvoir, nous avons toutes et tous l'occasion de rendre le monde meilleur.

Cette méthodologie se veut conviviale pour les personnes de toutes capacités et identités. Elle a été conçue dans une optique d'inclusion. Comme il s'agit d'un document évolutif, si vous constatez des lacunes, nous vous invitons à nous faire part de vos commentaires et de vos idées. Nous croyons au pouvoir de la co-création et des partenariats pour renforcer la manière dont les consultations féministes sont menées. Ensemble, nous pouvons rendre cette méthodologie plus inclusive en tenant compte des réalités uniques des personnes de toutes capacités.

**[Veuillez nous contacter](mailto:getinvolved@worldywca.org)** si vous avez des commentaires ou si vous souhaitez travailler avec nous.

Contactez la **[YWCA Mondiale](mailto:getinvolved@worldywca.org)** à : **[getinvolved@worldywca.org](mailto:getinvolved@worldywca.org)**



# Un voyage pour développer la méthodologie de consultation féministe

À partir de la fin 2018, la YWCA Mondiale a mobilisé le leadership de jeunes femmes du monde entier pour co-créeer cette méthodologie de consultation féministe (MCF).

Ces jeunes femmes ont accepté de donner des conseils et tester la méthodologie pour lui donner vie. Elles ont défendu ce que signifie réellement le fait d'avoir des consultations féministes. Elles ont partagé leurs idées sur la meilleure façon de s'engager et d'apprendre aux côtés des jeunes femmes. Elles ont fourni une critique essentielle de la méthodologie au fur et à mesure qu'elle commençait à se former. Elles ont présenté la méthodologie à leurs communautés et ont recueilli leurs réactions. Elles ont uni leur sagesse et leur expertise pour co-créeer la méthodologie que vous voyez aujourd'hui : un guide pour les jeunes femmes menant une consultation féministe.

Dans l'ensemble de ce travail, la YWCA Mondiale a joué le rôle de **facilitatrice** tout en veillant à ce que les jeunes femmes dirigent le processus. La YWCA Mondiale a partagé ce rôle avec **IWORDS**<sup>5</sup>, qui ont facilité le processus de consultation quotidien avec les jeunes femmes co-créeatrices.

Dans un esprit de collaboration, tous les acteurs impliqués dans l'élaboration de cette méthodologie se sont accordés pour maintenir un espace sûr et ouvert à tous, où les jeunes femmes peuvent contribuer librement. Cette liberté a rendu hommage aux jeunes femmes dans leur rôle de co-créeatrices, permettant un échange d'idées et de commentaires en toute transparence. Au fil du travail, de nombreuses leçons tirées directement des expériences des co-créeatrices ont contribué à façonner la méthodologie elle-même. Le processus d'élaboration de la méthodologie a été essentiel pour identifier et saisir certains des défis et opportunités liés au travail avec des jeunes femmes issues de différentes communautés, milieux, orientations et perspectives.

Des questions mondiales d'actualité ont façonné la méthodologie, notamment les impacts mondiaux de la COVID-19 et le **mouvement** de justice raciale. La pandémie a eu des répercussions à tous les niveaux de la société, y compris sur la vie des jeunes femmes qui mènent ce travail. Le mouvement pour la justice raciale a rassemblé des militant-e-s et des manifestant-e-s pour montrer leur solidarité et exiger un changement face aux héritages racistes et coloniaux auxquels l'humanité est confrontée depuis des siècles.

La valeur de l'**empathie** se révèle être l'une des leçons les plus importantes tirées de ces moments de prise de conscience sociale. Maintenant, plus que jamais, nous avons toutes et tous besoin de faire preuve de bienveillance et de considération envers les autres. Ces éléments sont au cœur de la consultation féministe et sont essentiels pour transformer la manière dont les femmes sont impliquées. La pandémie et le mouvement pour la justice raciale nous ont clairement rappelé combien l'empathie est essentielle pour équilibrer nos réflexions sur les réalités actuelles et nos reconnaissances des incertitudes futures.

De même, le besoin accru de connexion à distance durant la pandémie a suscité de nouvelles méthodes pour impliquer les jeunes femmes. Cette méthodologie s'appuie sur la technologie, par le biais de rassemblements virtuels et des réseaux sociaux, comme élément central pour garantir une approche innovante, **intersectionnelle** et féministe de l'engagement des jeunes femmes.

En progressant dans l'utilisation de cette méthodologie, il est important de savoir qu'elle a été conçue suivant une approche centrée sur l'humain et l'équité. Ainsi, il est essentiel de se rappeler que le monde, tout comme l'être humain, est en constante évolution. Cette méthodologie n'est qu'un point de départ, et devrait être adaptée pour répondre aux besoins de votre projet, groupe, communauté ou écosystème. Et ce faisant, assurez-vous de toujours respecter les voix des jeunes femmes.

Notre équipe est toujours en train d'apprendre et aimerait **entendre comment vous avez appliqué cette méthodologie** à votre travail. **Contactez-nous** si vous avez des questions. Il existe un réseau engagé de leaders divers, intergénérationnels et multidisciplinaires qui sont prêt-e-s à soutenir votre parcours. C'est un honneur pour nous de vous soutenir sur la voie que nous partageons, celle de la conduite d'un mouvement durable incluant toutes les femmes. Partagez vos connaissances avec nous.

Contactez la **YWCA Mondiale** à : **[getinvolved@worldywca.org](mailto:getinvolved@worldywca.org)**

# La méthodologie de consultation féministe

## Quelle est la méthodologie ?

Conçue par des jeunes femmes pour des jeunes femmes, la méthodologie est ancrée dans un processus en six étapes et trois méthodes de recherche complémentaires ([Sondages](#), [Groupes de discussion avec storytelling](#) et [Entretiens](#)).

Les jeunes femmes sont au cœur de cette méthodologie. Ici, le terme « jeunes femmes » est une catégorie globale pour les personnes, dans toute leur [diversité, qui ont entre 16 et 35 ans \(bien que cette fourchette puisse varier en fonction des définitions organisationnelles ou culturelles spécifiques\)](#). [Les jeunes femmes constituent une catégorie non biologique. Cela signifie que nous incluons toutes les personnes qui se reconnaissent dans le genre féminin ou non-binaire.](#)

Cette méthodologie utilise et encourage un langage ouvert à toutes et tous, reconnaissant les personnes non-binaires. Sachez que cela traduit une position politique. Il faut toujours garder à l'esprit que le langage est à la fois un descripteur et un générateur de réalité.

Préparez-vous à découvrir une approche plus inclusive et porteuse d'autonomisation pour transformer le monde ! Bien que la méthodologie ne soit pas révolutionnaire d'un point de vue de la recherche, son approche féministe, elle, l'est véritablement. Elle ouvre la voie à l'élévation et à l'amplification de la voix des jeunes femmes. Nous croyons qu'il y a un [pouvoir](#) à ancrer la méthodologie dans la sagesse transformatrice des femmes [intergénérationnelles](#). Et ensemble, nous jouons toutes et tous un rôle dans le mouvement vers un monde durable et équitable.

## Qu'est-ce qui la rend féministe et intersectionnelle ?

Malgré les nombreux progrès réalisés en matière d'intégration de la dimension de genre, la réalité des femmes reste globalement mal comprise. [Les pratiques androcentriques](#) consistant à centrer la société sur les expériences, les besoins et les perspectives des hommes ont longtemps été la norme. Depuis des décennies, les critiques féministes remettent en question l'universalité de la science<sup>6</sup>, ce qui conduit à des idéaux masculinisés qui reproduisent des valeurs sexistes et des inégalités de genre<sup>7</sup>. Les processus de recherche habituels nous ont aidé à suivre et à évaluer les inégalités de genre, mais ils ont été biaisés en termes de genre (par exemple, ils

ont été conçus par des hommes sans solliciter l'avis des femmes). En général, il existe très peu d'initiatives de recherche adoptant une approche féministe.

Pour la YWCA Mondiale, il est essentiel de redistribuer le pouvoir dans les mains des femmes et des jeunes femmes. C'est ainsi que nous progresserons vers l'égalité des sexes. Dans cette méthodologie, le pouvoir est partagé avec les [participant.e-s](#) de recherche comme moyen de démanteler les systèmes défectueux, de contrer les modèles patriarcaux et de remédier aux inégalités.

Cette méthodologie est un exemple de **recherche participative**. La pleine participation des jeunes femmes a été essentielle pour concevoir cette méthodologie en réponse à leurs besoins, à leurs expériences et à leurs opinions. Quatorze jeunes femmes du monde entier, issues ou non du mouvement YWCA, ont participé activement à la définition du processus, à l'élaboration de la méthodologie et à la validation du produit final.

Cette méthodologie est conçue avec une perspective féministe par et pour les jeunes femmes à travers une **approche participative**, favorisant ainsi une manière collaborative d'exister. Elle amplifie et encourage les perspectives diverses et reconnaît l'importance de toutes les voix, en particulier celles qui ont été ou sont historiquement exclues. L'approche favorise des perspectives variées pour garantir une représentation significative de la diversité sociale mondiale. Le processus encourage la réflexion et le dialogue ouvert pour garantir que les inégalités ne sont pas perpétuées dans le travail. Ainsi, la méthodologie prend en compte la langue, le ton, et **la dynamique de pouvoir**.

Créer des **espaces sûrs**<sup>8</sup> est une partie essentielle de l'engagement féministe. Cette méthodologie est conçue pour créer des espaces sûrs permettant aux jeunes femmes de partager leurs expériences, opinions et points de vue sans crainte de **préjudice** politique, économique ou personnel. Même la personne ou l'organisation la mieux intentionnée a le potentiel de causer du tort ou **un traumatisme** résultant de l'impact d'une action (ou parfois de l'inaction). Cette méthodologie décrit une manière réfléchie pour vous ou votre équipe de créer un environnement sûr pour les participant-e-s et de catalyser un impact positif.

Le mouvement des femmes est centré sur l'union des femmes pour lutter pour l'égalité. Et pourtant, il ne faut pas confondre un désir d'union avec l'homogénéité<sup>9</sup>. Se

concentrer exclusivement sur l'oppression des femmes peut constituer un obstacle majeur à la mobilisation de leur pouvoir collectif. Ignorer les différences entre les femmes les prive de l'énergie et de la créativité qu'elles peuvent s'apporter mutuellement. Au sein du mouvement des femmes et des consultations féministes, il est essentiel d'élargir le regard pour inclure également des dimensions telles que la race, les préférences sexuelles, la classe sociale, l'âge, etc. Cette méthodologie offre des outils et des pistes pour vous orienter vers une approche intersectionnelle. En tant qu'êtres humains, nous sommes de nature complexe et nos identités sont constituées de nombreuses catégorisations sociales interconnectées. Par exemple, une jeune femme **racisée**, même en étant très instruite, peut rencontrer des inégalités suivant le lieu où elle vit. Ainsi, si vous envisagez de l'inclure en tant que participante à votre consultation, il est essentiel de prendre en compte le **privilège** et **les dynamiques de pouvoir**. **Vous ou votre équipe de recherche** avez une responsabilité de considérer non seulement les dynamiques de pouvoir et de privilège que vous pourriez détenir, mais comment elles peuvent se manifester pour cette participante compte tenu de **l'intersectionnalité** de son identité.

Cette méthodologie vous soutient pour concevoir une consultation en reconnaissant et en comprenant les systèmes de pouvoir et d'oppression. Ces systèmes qui se croisent entretiennent des croyances et des **biais** discriminatoires tels que le patriarcat hétérosexuel, la transphobie, l'homophobie, la grossophobie, la xénophobie, **le sexisme**, **le tokenisme**, **le capacitisme**, **le classisme**, l'hétérosexisme, **l'âgisme**, le colorisme, **l'élitisme** et **le racisme**, pour n'en nommer que quelques-uns. Ils jouent souvent un rôle dans l'influence des comportements et des valeurs sociaux, culturels, institutionnels, politiques et interpersonnels. Cette méthodologie reconnaît ces inégalités tout en proposant des stratégies concrètes pour vous aider à accepter les différences humaines au sein de votre consultation.



## Cette méthodologie est féministe car elle...

### Utilise le langage de manière intentionnelle

Le langage est un outil de pouvoir puissant pour démocratiser l'accès et promouvoir l'**inclusivité**. Cette méthodologie est conçue pour être compréhensible et pertinente dans tous les contextes internationaux. Nous avons conçu ce guide avec un langage qui reflète les identités intersectionnelles des jeunes femmes dans toute leur diversité, y compris les femmes LGBTQ et les **genres marginalisés et/ou sous-représentés**. Nous avons délibérément choisi un langage qui renforce le rôle des jeunes femmes en tant que protagonistes autonomes dans leur propre vie et dans leur communauté, et non en tant que sujets passifs. Étant donné que le langage est chargé de sens et possède le pouvoir de transformer et d'influencer, nous voulons nous assurer que toutes les femmes se sentent en sécurité et habilitées à faire entendre leur voix à chaque étape de cette méthodologie.

Cette méthodologie inclut une définition pour le mot « **féministe** ». Dans l'esprit des principes féministes, nous recommandons de revoir la définition en équipe. Discutez et collaborez pour vous assurer que le terme est adéquat pour votre contexte. Il pourrait également être judicieux de consulter les participant-e-s pour entendre leur point de vue.

Pour plus d'informations, consultez les **Mots et expressions importantes**.

Pour l'instant, cette méthodologie n'est disponible qu'en quelques langues. Nous avons conscience qu'elle doit être traduite en plusieurs langues pour toucher un public plus large. Nous nous efforçons de faciliter sa traduction et nous invitons ceux qui le souhaitent à le traduire dans d'autres langues locales. Si vous souhaitez traduire cette méthodologie, nous aimerions étudier les modalités d'un partenariat avec vous.

Veillez nous contacter à l'adresse suivante [getinvolved@worldywca.org](mailto:getinvolved@worldywca.org)

### Favorise la collaboration et la co-création en liant la théorie et la pratique

Cette méthodologie ouvre la voie à une nouvelle dynamique relationnelle en matière de recherche. Les besoins, expériences et désirs des jeunes participant-e-s sont placés au cœur de cette méthodologie. La méthodologie favorise ainsi un environnement de confiance et transforme le rôle des participant-e-s. Traditionnellement, les participant-e-s sont souvent perçu-e-s comme des sujets passifs dans les initiatives de recherche. La particularité de cette méthodologie est que les participant-e-s sont également **co-chercheur-se-s**, ce qui leur offre un pouvoir de décision dans l'élaboration du processus de consultation.

### Stimule le sens de la propriété et favorise l'autonomisation

Construire et transférer des connaissances est essentiel à cette méthodologie. Les jeunes femmes sont davantage disposées à s'investir dans le travail lorsqu'elles jouent un rôle actif dans sa création. Mieux encore, les jeunes femmes sont plus susceptibles d'être positivement influencées par un travail qui est dirigé et pris en charge par d'autres jeunes femmes. Cette méthodologie est une clé pour libérer les voix des jeunes participant-e-s en tant

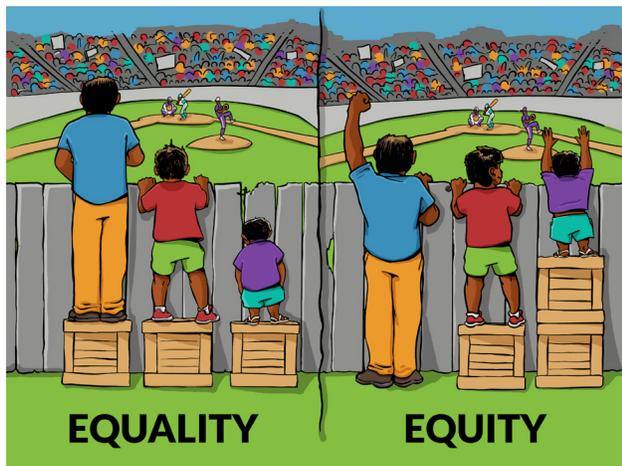
que co-partenaires, co-chercheur-se-s et acteur-ric-e-s de changement au sein de leurs communautés.

## Rassemble et partage le pouvoir

Cette méthodologie reconnaît divers types de pouvoir et inclus dans la conception et la mise en œuvre de votre consultation. Ce guide offre des étapes pour vous aider à prendre en compte le pouvoir que vous détenez (ou pensez détenir) et comment le partager avec les participant-e-s. Lorsqu'elle est ancrée dans des approches favorisant l'**équité**, la recherche détient le pouvoir de créer une dynamique pour un changement collectif.

Les dynamiques de pouvoir peuvent se manifester de bien des manières. Par exemple, l'organisation d'une salle pour une séance en personne peut être une occasion de partager le pouvoir. Disposer des chaises en cercle (au lieu de placer le/la facilitateur-ric-e à l'avant de la pièce) crée un espace plus propice à la conversation. Bien sûr, certaines choses peuvent parfois échapper à votre contrôle. Cela dit, il est important de réaliser ce que vous pouvez faire pour modifier les dynamiques de pouvoir.

Pour mieux comprendre la différence entre **équité** et **égalité**<sup>10</sup>, jetez un œil à cette image.



Interaction Institute for Social Change | Artiste : Angus Maguire.



## Crée des espaces sûrs ancrés dans l'entraide féminine

Les consultations orientées par cette méthodologie commencent par le principe de créer un espace sûr pour toutes et tous. En créant un espace d'écoute et en favorisant une prise en charge collective, les jeunes participant-e-s peuvent se sentir connecté-e-s à un objectif plus grand. Il est essentiel que les participant-e-s ressentent un sentiment d'appartenance et fassent partie intégrante du mouvement.

En créant et en maintenant des espaces sûrs, votre consultation peut bénéficier de la générosité, la transparence et la réciprocité qui sont inhérentes aux communautés centrées sur les femmes.

## Reconnait que nous jouons toutes et tous un rôle dans la création du changement

Essentiellement, cette méthodologie est conçue pour être utilisée par et pour les jeunes femmes. Cela dit, pour créer du changement et un impact positif dans certains contextes, il peut être intéressant d'inclure d'autres voix. La méthodologie est flexible pour impliquer des alliés tels que les hommes qui peuvent apporter une contribution à vos questions de recherche lorsque cela est approprié (bien sûr, cet **engagement** doit être fait de manière réfléchie, par exemple en y dédiant un espace séparé). Adopter une approche holistique pour comprendre et créer des solutions peut parfois être la clé pour débloquer les problèmes de société.

# Qui devrait l'utiliser ?

- Êtes-vous un-e jeune âgé-e entre 18 et 30 ans ?
- Êtes-vous une organisation ou un groupe communautaire qui interagit avec les jeunes et/ou qui mène l'agenda du **plaidoyer** pour les jeunes ?
- Souhaitez-vous rendre votre engagement auprès des jeunes plus systématique et axé sur les résultats ?
- Voulez-vous vraiment être à l'écoute des jeunes, au lieu de simplement les entendre ?
- Cherchez-vous à concevoir vos programmes, communications et évaluations de manière participative en plaçant les jeunes au cœur de vos préoccupations ?
- Souhaitez-vous créer des espaces sûrs pour que les jeunes puissent s'engager et participer ouvertement ?
- Souhaitez-vous que les principes féministes guident jour après jour vos efforts d'**engagement auprès des jeunes** ?

Si les réponses à ces questions sont « OUI », cette méthodologie de consultation féministe est pour VOUS !

N'oubliez pas que cette méthodologie est **participative et peut être utilisée par tout le monde ! Une expérience en consultation, en design ou en recherche, même à un niveau avancé, n'est pas indispensable. Nous avons élaboré cette méthodologie comme un outil pour l'intégration du genre et un guide pour vous préparer à la collecte d'informations afin d'intégrer la perspective des jeunes femmes dans votre travail.**

Nous espérons que ce guide vous accompagnera tout au long de votre consultation, en vous apportant confiance et autonomie dans votre parcours. Que vous soyez une personne seule ou une organisation, il est possible que vous ressentiez un certain **syndrome de l'imposteur** lors de l'utilisation de cette méthodologie. Il se peut que vous ne vous voyiez pas en tant que leader, ou que vous ayez l'impression de ne pas être capable de mener une activité de recherche spécifique, ou de donner un sens à toutes les données que vous avez recueillies. Prenez tout d'abord une grande inspiration. Nous sommes toutes et tous des êtres humains, et il est tout à fait normal d'éprouver ces sentiments ! Ensuite, ayez confiance en vous et assumez votre pouvoir. Vous êtes capable de mener des recherches et de vous imposer dans votre propre définition du leadership.

Des recherches récentes et des mouvements ancrés dans le « leadership féministe » révèlent que les femmes ont une approche unique en matière de leadership. En tant que leaders, les femmes portent une plus grande attention à la collaboration, la coopération, la prise de décision collective et la construction de relations. L'organisation féministe internationale des droits humains, CREA, définit le leadership féministe comme suit :

**« Des femmes engagées dans une perspective féministe et une quête de justice sociale, qui évoluent individuellement et collectivement pour mettre à profit leur pouvoir, leurs ressources et leurs compétences dans des structures et processus inclusifs et non oppressifs. Ensemble, elles mobilisent d'autres personnes, en particulier des femmes, autour d'un objectif commun : transformer les dimensions sociales, culturelles, économiques et politiques afin de promouvoir l'égalité et garantir les droits humains pour toutes et tous. »<sup>11</sup>**

Pour vous permettre d'assumer votre rôle en tant que leader, sachez que vous pouvez toujours demander de l'aide ! La YWCA Mondiale, en collaboration avec un réseau

mondial de leaders qui ont développé et appliqué cette méthodologie, sont disponibles pour fournir un soutien à toutes et tous. Nous vous incitons à rechercher des allié-e-s et partenaires au sein de votre propre communauté également. N'oubliez pas que le soutien peut prendre de nombreuses formes : du mentorat et de l'encouragement émotionnel, aux contributions financières et en ressources. Certaines des aides les plus significatives que nous avons observées ont été le transfert de connaissances de leaders intergénérationnels souhaitant mettre en valeur les voix des jeunes femmes.



Tout au long de votre parcours, n'hésitez pas à **nous contacter** afin que nous puissions vous soutenir dans votre démarche et célébrer vos réussites.

## Pourquoi l'utiliser ?

Cette méthodologie présente de nombreux avantages : elle permet de renforcer la confiance en soi, de favoriser l'**autonomisation**, de s'attaquer aux inégalités systémiques et de donner la parole aux participant-e-s. L'utilisation de cette méthodologie est un exercice de croissance. En appliquant les principes et les activités de la consultation féministe encore et encore au fil du temps, ils peuvent devenir une pratique quotidienne pour vous ou votre organisation.

Nous supposons que les outils et perspectives de cette méthodologie pourraient dépasser le cadre de votre travail de recherche. Vous pourriez constater qu'ils s'intègrent également dans d'autres aspects de votre activité professionnelle et de votre vie personnelle.

Et imaginez... un monde plus féministe, plus équitable. Le changement commence avec vous.

## Comment la mettre en pratique ?

La méthodologie de consultation féministe est ancrée dans un **processus en six étapes**.

1. Planifier
2. Concevoir
3. Mettre en œuvre
4. Comprendre
5. Apprendre
6. Itérer

Dans les étapes de Conception et de Mise en œuvre, vous explorerez **trois méthodes de recherche complémentaires** pour impliquer les participant-e-s :

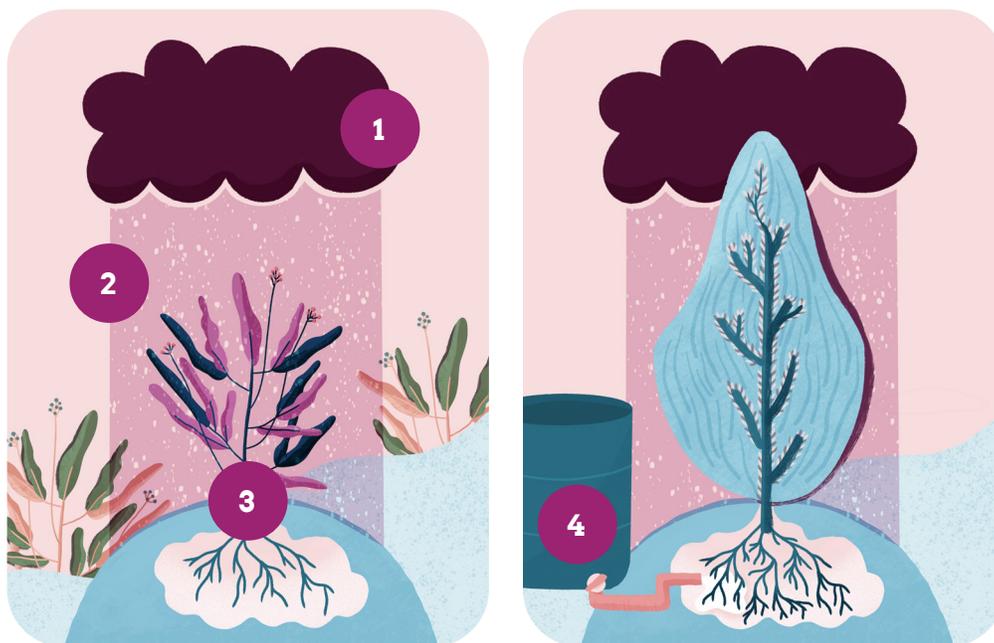
- **Sondages**
- **Groupes de discussion avec storytelling**
- **Entretiens**

Ce processus de recherche itératif est basé sur des approches centrées sur l'humain et l'équité pour résoudre des défis complexes. Cette méthodologie met au centre les besoins des participant-e-s, favorise l'empathie et soutient la conception de solutions avec un impact durable.

Bien qu'il y ait six étapes dans ce processus, il n'y a pas de durée prescrite à passer sur chacune. Il n'y a également aucune activité prescrite, ce qui signifie que vous et votre équipe de recherche pouvez adapter la méthodologie pour mieux répondre aux besoins de vos participant-e-s et de leurs communautés. Nous vous encourageons à prendre tout le temps nécessaire pour passer à chaque étape, et à prendre conscience de vos **biais inconscients** (ou implicites).

## Comment les biais peuvent influencer votre recherche

Les biais sont des prédispositions ou des généralisations, conscientes ou non, sur un groupe de personnes et basées sur des caractéristiques personnelles ou des stéréotypes. Il s'agit d'attitudes ou de stéréotypes qui affectent notre compréhension, nos actions et nos décisions de manière inconsciente. Nous avons tous des biais, certains peuvent être positifs tandis que d'autres peuvent être basés sur des préjugés. Voici une analogie pour vous aider à comprendre comment les biais peuvent imprégner tous les aspects de votre vie.



1. Ce nuage représente la façon dont les biais forment nos pensées. Au cours de notre vie, nos pensées influencent la façon dont nous traitons nos expériences. Tout comme un nuage peut cacher le soleil, les biais peuvent nous empêcher de voir des perspectives et des croyances autres que les nôtres.
2. Dans notre jardin, une mauvaise herbe absorbe l'eau de pluie et concurrence les plantes voisines pour les ressources essentielles telles que l'eau, le sol, les nutriments et la lumière du soleil. Il est important d'entretenir notre jardin. Lorsque nous ne taillons pas les mauvaises herbes, elles l'envahissent et le privent de vie. De même, il est important que nous examinions comment nos biais guident nos pensées, nos croyances et nos décisions.
3. Que se passe-t-il lorsque nous ne contrôlons pas nos biais ? Tout comme notre jardin est envahi par les mauvaises herbes, nos biais alimentent un cycle de croissance et de potentiel limités. Avec le temps, une mauvaise herbe se multiplie. En tant qu'êtres humains, nous sommes susceptibles d'hériter des biais des générations précédentes et de les transmettre à nos enfants. Il est essentiel d'examiner ce qui alimente nos biais, d'où ils viennent, comment ils se manifestent dans nos vies, et de déterminer s'ils nous sont réellement utiles.
4. La prise de conscience consiste à comprendre la relation entre nos pensées et nos biais afin de pouvoir élaborer une stratégie pour y remédier. Ici, un tonneau recueille et filtre les polluants de l'eau de pluie, ne laissant que les nutriments. De même, une fois que nous avons identifié nos biais, nous pouvons développer des méthodes plus saines pour travailler en permanence à la culture d'un écosystème sain.

Voici quelques exemples des types de biais que vous devrez peut-être aborder lors de votre consultation :



### Biais d'affinité

1. Le biais d'affinité est l'idée que les gens sont naturellement attirés par les personnes qui leur ressemblent le plus, en fonction de l'âge, de la race, du sexe, etc.

#### Cela peut ressembler à...

2. Sélectionner des participant-e-s qui font un travail similaire au vôtre ou qui sont passionné-e-s par les mêmes sujets que vous.

#### Comment détecter ce biais ?

3. Veillez à ce que les participant-e-s soient choisi-e-s sur la base d'un large éventail de critères de sélection.



### Biais d'attribution

1. Juger le comportement d'une personne sur la base d'interactions ou d'observations antérieures et utiliser ces jugements pour former votre perception de cette personne.

#### Cela peut ressembler à...

2. Limiter les personnes à inviter à participer à la recherche sur la base d'interactions antérieures.

#### Comment détecter ce biais ?

3. Incluez des voix diverses dans la consultation.



### Biais de conformité

1. La pression des pairs et/ou la tendance des gens à se comporter comme ceux qui les entourent, quelles que soient leurs convictions.

#### Cela peut ressembler à...

2. L'expérience de la « pensée de groupe » dans le cadre d'une session de discussion de groupe où les participant-e-s partagent tous les mêmes réponses.

#### Comment détecter ce biais ?

3. Concevez la session de manière à ce que les participant-e-s aient la possibilité de partager leurs opinions individuelles et que les facilitateur-ric-e-s encouragent la réflexion individuelle.



### L'âgisme

1. Avoir des sentiments négatifs à l'égard des personnes en fonction de leur âge.

#### Cela peut ressembler à...

2. Ne pas tenir compte du point de vue d'une personne en raison de son âge.

#### Comment détecter ce biais ?

3. Reconnaissez que la sagesse peut être partagée grâce à l'apprentissage intergénérationnel et n'hésitez pas à sélectionner des participant-e-s d'âges très divers.



## Biais d'ancrage

1. S'appuyer trop fortement sur la première information et l'utiliser pour influencer les décisions suivantes.

### Cela peut ressembler à...

2. Obtenir un premier aperçu et tirer des conclusions pour éclairer l'ensemble de la recherche.

### Comment détecter ce biais ?

3. Documentez de manière détaillée les idées recueillies au cours de la phase d'analyse et de synthèse du travail, et tenez compte de toutes les idées avant de tirer des conclusions.

En maintenant des espaces sûrs, en créant un environnement accueillant et en favorisant l'appartenance de vos participant-e-s, vous concevez avec la diversité, l'équité, l'accès et l'inclusion à l'esprit. Et pourtant, il est important d'éviter de faire des suppositions sur la valeur de votre consultation. Selon votre degré de connexion avec les participant-e-s et/ou leurs communautés, prenez le temps de comprendre comment votre recherche peut être bénéfique pour la communauté. Ne présumez pas d'emblée que votre recherche est utile, souhaitée ou nécessaire. Laissez plutôt la communauté guider l'orientation et le déroulement de votre consultation. Écoutez les besoins des participant-e-s. Mettez votre ego de côté. Soyez assez humble pour reconnaître qu'il faut prendre du recul. Laissez le processus suivre son cours afin de découvrir où votre contribution peut avoir le plus grand impact.

Alors que vous entamez votre voyage avec cette méthodologie, on peut supposer que vous serez face à certains défis. Tout d'abord, prenez une grande inspiration : les défis sont tout à fait normaux et

surviennent plus souvent que vous ne le pensez. Jetez un œil à la [banque de solutions](#) pour certains défis courants que vous pourriez rencontrer. Nous vous encourageons également à contacter votre réseau ou avec d'autres personnes susceptibles d'être intéressées par un sujet similaire et de voir ce qu'elles ont appris.

## Notes

# Votre rôle en tant que chercheur·se

## Bonjour, je m'appelle « la chercheuse »



Alors que vous vous préparez pour votre consultation, vous pourriez endosser le rôle de « chercheur » ou « chercheuse » pour la première fois. Peu importe votre expérience en recherche, il est toujours bénéfique de faire une pause et de réfléchir à ce que signifie être chercheur·se.

## Responsabilités du/de la chercheur·se

Ce rôle est un privilège qui ne devrait pas être pris à la légère. Vous devez en assumer les responsabilités et faire de votre mieux pour...

### Démontrer d'un devoir de diligence

Vous et votre équipe de recherche êtes responsables envers les participant·e·s et les communautés impliqué·e·s dans votre consultation. Vous êtes responsable de mener votre consultation de manière éthique, inclusive et centrée sur l'humain. En tant que chercheur·se, vous avez le devoir de faire preuve de soin et de réflexion dans tous les aspects de la consultation. Cela inclut le partage d'informations afin que les participant·e·s puissent

comprendre et donner leur consentement. Il s'agit également de superviser le processus de collecte et d'utilisation des données afin de s'assurer qu'elles sont collectées de manière sûre et adaptée au contexte de la consultation. Dans le cas de la recherche participative, votre devoir est d'impliquer les participant·e·s (de manière significative) dans le processus de consultation et de leur donner la possibilité d'exercer un contrôle sur leurs données.

Pour prendre de meilleures décisions reflétant les besoins des participant·e·s et/ou de la communauté, consultez le [spectre de participation publique](#)<sup>12</sup>. Il reprend une série d'objectifs de participation (par exemple, informer, consulter, impliquer, collaborer et responsabiliser) et peut être une source d'inspiration pour votre consultation.

Il est de votre responsabilité de réfléchir aux risques et aux implications de votre consultation. En tant que chercheur·se, vous devez vous préparer à la possibilité que la recherche ne se déroule pas comme prévu initialement. Passez du temps à réfléchir à ces questions. Vous et votre équipe de recherche souhaitez peut-être prendre des



notes et documenter votre discussion sur ces questions, maintenant et tout au long de la consultation.

- Et si je n'attire pas assez de participant·e·s ? Serai-je encore en mesure de collecter suffisamment de données pour en tirer des conclusions informatives et précises ? Si ce n'est pas le cas, quels compromis pourrais-je faire qui ne menaceraient pas l'intégrité de la consultation ?
- Qu'est-ce que je prévois ou m'attends à découvrir grâce à la recherche ? Ai-je envisagé les conséquences potentielles de la recherche ? Existe-t-il une possibilité que les données de recherche et/ou les informations soient utilisées pour nuire à la communauté ? Comment pourrais-je aborder cela ?
- Quels sont les indicateurs appropriés pour la consultation ? Quels sont les indicateurs couramment utilisés pour ce type de recherche ? Y a-t-il des limitations ou des inégalités intégrées à ceux-ci ?
- Comment les participant·e·s pourraient-ils ou elles nous tenir, moi ou l'équipe de recherche, responsables ? Comment le consentement peut-il être un processus continu ?

**Envisagez d'élaborer un mémorandum d'entente ou une lettre d'intention en tant qu'accord formel entre vous et les participant·e·s. Même s'il ne s'agit pas d'un contrat juridiquement contraignant, ce document reflète une intention sincère en définissant clairement les avantages et les attentes de chaque partie impliquée.**

Bien que ces questions puissent sembler importantes, ne vous laissez pas submerger. Anticiper différents scénarios dès le départ vous permet de mieux vous préparer, renforçant ainsi votre travail et encourageant une transparence sur la manière dont vous réagirez si les choses ne se passent pas comme prévu.

## Comprendre le pouvoir et le privilège

L'un des sentiments les plus difficiles à vivre est celui de l'impuissance. Pourtant, même lorsque nous nous sentons démunis, la notion de pouvoir nous rappelle que nous portons tous en nous une forme de puissance et d'influence. Nous devons juste réaliser notre potentiel. Dans cette optique, il est important de reconnaître le rôle critique du pouvoir dans la société, indépendamment des contextes socio-économiques, politiques et culturels, et la manière dont il se croise et opère au sein des individus, des groupes et des organisations. Le pouvoir peut prendre de nombreuses formes. Il existe différentes formes de pouvoir : le pouvoir exercé sur les autres, partagé avec eux, le pouvoir d'agir, celui qui vient de l'intérieur ou encore celui subi<sup>13</sup>. On peut aussi distinguer plusieurs dimensions du pouvoir : un pouvoir visible et direct, un pouvoir caché, ou encore un pouvoir invisible et indirect. Enfin, le pouvoir peut s'exprimer à travers des rôles de leadership explicites, qu'il soit inné ou personnel, ou qu'il découle d'une autorité attribuée, institutionnelle ou acquise<sup>14</sup>.

En tant que chercheur·se, vous devez prendre conscience de la manière dont les dynamiques de pouvoir influencent votre engagement auprès des participant·e·s. Vous devez également réfléchir et reconnaître le pouvoir et les privilèges que vous détenez en fonction de votre identité et de votre **positionnalité**.

Votre rôle en tant que chercheur·se vous offre une grande influence sur les résultats de votre consultation, y compris les effets non intentionnels. Votre rôle vous donne également le pouvoir de garantir que les approches féministes et centrées sur l'équité sont respectées dans vos recherches. Le privilège n'est pas seulement ce que vous avez vécu, mais surtout ce que vous n'avez pas eu à vivre.

Pour encourager l'autodétermination et l'autonomie, vous pouvez redistribuer le pouvoir au sein de votre consultation en le plaçant entre les mains des participant·e·s et de leurs communautés. La collecte et l'analyse des données dirigées par la communauté sont la clé pour favoriser le changement et augmenter l'impact collectif. Vous pouvez également utiliser votre pouvoir pour protéger l'intégrité des preuves car vous avez un accès direct aux données brutes.

Alors que vous considérez votre pouvoir et votre privilège dans votre rôle de chercheur·se, prenez le temps de réfléchir à ces questions :

- Pourquoi suis-je la bonne personne pour diriger ce travail ? Quelles sont mes responsabilités dans le processus de consultation ?
- Quelles sont certaines de mes présomptions avant cette consultation ?
- Pourquoi la communauté devrait-elle me faire confiance pour piloter ce processus de consultation ?
- Pourquoi cette consultation est-elle pertinente et importante ?
- Qui doit participer à l'élaboration des questions de recherche ?
- Qui collecte les données ?
- Qui détient ou exerce le droit sur les données ?
- Qui utilise les données et dans quel but ?
- Quels sont les risques potentiels si la consultation n'est pas conçue intentionnellement et cause des dommages ?

## Aborder les biais et les stéréotypes

Les normes sociétales et les expériences de vie contribuent à nos croyances. Et même si nos croyances influencent nos jugements, elles ne dirigent pas toujours nos comportements. Une personne peut avoir des croyances sincères, tout en manifestant des comportements tels que des commentaires ou des actions nuisibles résultant de **biais** inconscients ou implicites.

Les biais, sous une forme ou une autre, sont intégrés dans le cerveau de tous les humains. Les biais prennent de nombreuses formes : affinité, similarité, conformité, efficacité, rétrospection, confirmation, accessibilité, négativité, et bien d'autres. Malheureusement, aucune formation sur les biais inconscients ne peut totalement les éliminer. En tant que chercheur·se, il est important de prendre conscience et de reconnaître vos biais en

acceptant leur existence. Réfléchissez à vos propres biais en réalisant des évaluations qui vous permettront de les identifier et de mieux les comprendre. Cette prise de conscience est une première étape pour développer davantage d'empathie et adopter des actions empreintes de compassion. C'est essentiel pour réapprendre votre cerveau à agir en se basant sur la logique au lieu de biais<sup>15</sup>. Assurez-vous de prendre en compte l'impact de votre positionnalité et de votre intersectionnalité en relation avec vos biais.

Il existe de nombreuses ressources pour aider à dévoiler les biais et stéréotypes implicites. Par exemple :

- L'université de Harvard a conçu une série de tests appelés **Tests d'association implicite (TAI)**<sup>16</sup>. Ce test mesure la force des associations entre les concepts et les évaluations ou les stéréotypes.
- Le test sur le **Quotient d'empathie (QE)**<sup>17</sup> développé par Simon Baron-Cohen au centre de recherche sur l'autisme à l'université de Cambridge.
- De nombreuses organisations proposent des cours, tels que **les cours de Microsoft sur les biais, l'inclusion et la solidarité**<sup>18</sup>. Trouvez celui qui vous convient en fonction de vos besoins et de votre région (par exemple, une formation virtuelle à votre propre rythme ou soutien d'une organisation locale).

Si vous faites de la recherche pour une consultation féministe, il est important de reconnaître les biais auxquels sont confrontées les femmes, tels que les **normes de double contrainte**. Cette forme de stéréotypage met en évidence le décalage entre les caractéristiques des femmes (biais descriptif) et les attentes concernant la

manière dont les femmes « devraient » se comporter (biais prescriptif). Par exemple, les femmes occupant des postes de leader peuvent être jugées sur leur capacité à être attentionnées, chaleureuses, sensibles, émotionnelles, etc. Si elles ne manifestent pas ces caractéristiques, elles peuvent être cataloguées comme impitoyables, abruptes ou brusques. Leur compétence peut souvent être évaluée en fonction des performances attendues et des stéréotypes de genre associés aux leaders masculins<sup>19</sup>. Tout au long de votre consultation, faites attention à ces biais largement répandus à l'encontre des femmes et prenez des mesures pour y remédier.

## Établir des relations

En tant que chercheur·se, il est vivement recommandé de développer des relations basées sur la confiance avec les participant·e·s et leurs communautés. Commencez par l'honnêteté, une communication claire et un ordre du jour transparent pour commencer à favoriser les connexions entre les personnes impliquées dans votre consultation. En sollicitant la sagesse des communautés, vous créez les conditions pour un dialogue ouvert. Ce dialogue est essentiel pour soutenir votre recherche en vérifiant les vérités partielles, en validant les suppositions et en testant les hypothèses. En tant que chercheur·se, veillez à équilibrer les dynamiques de pouvoir afin de promouvoir l'égalité dans vos relations avec les parties prenantes. Vous devrez peut-être renforcer la **responsabilité** de toutes les parties prenantes afin de garantir que la consultation offre une valeur réciproque aux participant·e·s et à leurs communautés.

## Être un·e allié·e

En tant que chercheur·se, vous pouvez être **un·e allié·e** en vous servant de votre privilège pour défendre un individu ou un groupe marginalisé et/ou sous-représenté. Vous pourriez vous-même faire partie de cette communauté. Commencez par comprendre ce que signifie être un·e allié·e. Le travail d'un·e allié·e consiste à se tenir aux côtés des autres et à amplifier leurs voix, non pas à parler à leur place. Une véritable alliance exige le partage du pouvoir pour en renforcer la portée et l'impact. Méfiez-vous de l'alliance performative en prenant le temps de questionner vos motivations profondes.

L'alliance authentique et intentionnelle est enracinée dans une motivation à promouvoir l'appartenance et l'harmonie. Dans votre rôle de chercheur·se, vous avez non seulement l'opportunité de devenir un·e allié·e pour les participant·e·s, mais également de montrer l'exemple. Faites preuve d'intentionnalité et d'authenticité dans la manière dont vous vous présentez aux participant·e·s.

## Protéger contre les préjudices et les traumatismes

L'une des responsabilités les plus critiques d'une personne effectuant de la recherche est de protéger les participant·e·s et leurs communautés. Dans ce rôle, vous devez faire tout ce qui est en votre pouvoir pour vous assurer que votre consultation ne cause pas de préjudice ou de traumatisme.

Le préjudice (qu'il soit intentionnel ou non) peut ressembler à :

- L'exploitation des communautés par l'extraction d'informations et la non-diffusion de ce qui a été appris.
- Le refus de donner aux participant·e·s ou à la communauté l'opportunité de valider les interprétations ou de répondre aux idées.
- L'utilisation et/ou l'épuisement des ressources communautaires, comme prendre le temps de membres influents de la communauté.
- Diriger l'agenda de l'équipe de recherche, agir de manière égoïste et ne pas démontrer de réciprocité et de gratitude envers les participant·e·s.
- Mener une recherche qui est sans pertinence pour la communauté.
- Déclencher un traumatisme chez les participant·e·s.

Pour ne pas nuire, il faut d'abord être conscient de soi. Prenez le temps de réfléchir et de comprendre l'oppression intériorisée que vous portez en vous-même. Cela vous donnera la clarté nécessaire pour concevoir et



mener votre consultation d'une manière qui ne soutienne pas les systèmes d'oppression.

Lors de la conception de la consultation, essayez de minimiser les effets du traumatisme dès le début. Au sein de votre équipe de recherche, commencez par sensibiliser sur les préjugés et traumatismes, et discutez ouvertement de vos capacités à soutenir les participant-e-s si nécessaire. Si l'équipe de recherche n'est pas expérimentée ou équipée pour gérer la désescalade, envisagez de vous associer à une personne ou un groupe qui a cette expertise pour vous soutenir.

En tant que chercheur-se, vous devriez vous préparer à la possibilité de déclencher des souvenirs ou des émotions parmi vos participant-e-s. Chacun a sa propre expérience des traumatismes. Bien que vous preniez toutes les précautions pour éviter de déclencher des réactions chez les participant-e-s, la réalité est que cela peut toujours se produire, de manière involontaire ou indirecte. Dans ce cas, vous devez les soutenir. Bien qu'il ne vous appartienne pas de porter leur fardeau, vous pouvez l'aborder avec grâce et les protéger de l'intensité émotionnelle de leur douleur. Lorsque vous parvenez à voir réellement vos participant-e-s et à faire preuve de compassion, cela peut transformer la dynamique du groupe et instaurer un lien profond basé sur une véritable connexion humaine.

L'espace sûr que vous établissez et préservez lors de vos consultations peut devenir un véritable refuge, procurant à toutes et tous un sentiment d'appartenance. Cet espace peut permettre l'échange de dialogues et d'histoires qui peuvent aider à guérir les blessures du passé. Selon le sujet que vous recherchez, cet espace peut être la base pour construire une communauté informée sur le traumatisme.

Observez ce qui se passe autour de vous, qu'il s'agisse d'une consultation virtuelle ou en personne. Si un-e participant-e se sent mal à l'aise, vous pouvez choisir de faire une pause et lui permettre et/ou à l'équipe de recherche de se recentrer.



## Créer les conditions propices à la guérison

La guérison se produit lorsque les personnes développent et ressentent un sentiment d'appartenance et de connexion les unes aux autres. Ce sentiment naît des expériences partagées avec ceux et celles en qui nous avons confiance et respectons. Et ces expériences partagées émergent de relations réciproques, de liens de parenté et de connexions saines.

En tant que chercheur-se, vous pouvez contribuer à créer les conditions de la guérison en offrant un espace sûr. Au sein de l'espace sûr de votre consultation, les participant-e-s peuvent donner du sens et construire ensemble une confiance mutuelle. Vous pouvez soutenir les participant-e-s dans leur parcours de guérison en les encourageant à se donner la permission de ressentir leurs émotions. En s'engageant dans une réflexion au sein d'un environnement bienveillant et favorable, les participant-e-s peuvent commencer à renforcer des éléments clés de la guérison, tels que leur résilience, développer leur capacité de patience et de pardon, et apprendre à réguler leurs réactions et leurs comportements.



## Décentraliser et décoloniser la recherche

Reconnaître l'**intersectionnalité et concevoir pour la diversité** est important dans toute recherche. Dans le monde entier, il reste encore beaucoup à faire pour démanteler les systèmes d'oppression. Une façon de nous rapprocher d'un monde équitable consiste à décentraliser et à décoloniser la recherche. En tant que chercheur-se, il est important de veiller à ce que les décisions alimentant votre consultation ne soient pas biaisées en faveur des cultures occidentales. Cherchez des opportunités pour inclure des perspectives diverses et spécifiques à la région. Par exemple, envisagez d'inclure d'autres sources que la seule littérature académique pour vous aider à orienter votre recherche. Vous pourriez inclure les traditions orales et l'orature (littérature non écrite comme les chansons, les poèmes, les proverbes et les histoires). Ces formes non officielles sont essentielles dans certaines cultures et peuvent aider à élargir votre recherche pour qu'elle soit plus représentative du monde dans lequel nous vivons.

De plus, le langage que vous utilisez en tant que chercheur-se joue un rôle dans la décolonisation de la recherche. En tant que chercheur-se, vous devez avoir conscience du passé colonial de votre langue et faire attention à la manière dont vous l'utilisez pour éviter de soutenir des systèmes d'oppression<sup>20</sup>. Dans la mesure du possible, utilisez un langage, des termes et des dialectes représentatifs de la région et de la culture où se déroule la consultation.

Nous souhaitons que les futures versions de cette méthodologie soient disponibles en plusieurs langues. Dans l'état actuel de la méthodologie, nous identifions quelques exemples et suggestions de décentralisation et de décolonisation des langues et de la recherche en général, mais cette liste n'est en aucun cas exhaustive. **Contactez-nous et partagez vos expériences** pour décoloniser la façon dont cette méthodologie est utilisée!



## Étapes 4-6

S'occuper de son jardin pour que les idées et les améliorations prennent forme

## Apprendre

Les plantes mûrissent et les fleurs sont pleinement épanouies, suscitant de nouvelles idées sur comment améliorer votre processus.

## Itérer

Les fruits fournissent de la nourriture et des graines pour un nouveau cycle, vous inspirant à itérer dans votre processus pour amplifier votre impact.

5

6

## Mettre en oeuvre

Avec le temps, les semis germent et apparaissent en surface, donnant vie à votre consultation.

## Comprendre

Les semis deviennent des fleurs, et les idées de votre consultation sont analysées et synthétisées.

3

4

## Planifier

Cela commence par le choix des graines à planter, ce qui permet de tracer la voie de la consultation.

2

## Concevoir

Avec de l'attention, une graine développe un système racinaire sain, qui constitue la base de votre consultation.

1

# Le processus

## Étapes 1-3

Nourrir les racines pour former une base solide pour la croissance



# Étape 1 : Planifier

Cela commence par le choix des graines à planter, ce qui permet de tracer la voie de la consultation.

La planification est la première étape de la méthodologie de consultation féministe. Aussi tentant que cela puisse être de se lancer directement dans la consultation, il est important de prendre le temps de planifier. Cela pose les bases de l'ensemble de la consultation. C'est là que vous définissez des idées importantes comme les objectifs, la profondeur de l'engagement, et la disponibilité des ressources. Vous pourrez alors déterminer les méthodes de recherche les plus appropriées pour votre consultation.

Nous avons créé un [modèle de plan d'action](#) pour soutenir votre processus de planification.

« Ce fut un processus stimulant de pouvoir co-développer des outils qui peuvent être contextualisés et utilisés par des femmes et des jeunes femmes à l'intérieur et à l'extérieur du mouvement YWCA ».



Naomi Woyengu,  
Papouasie-Nouvelle-  
Guinée

## Définir les objectifs et les résultats

Avant toute chose, clarifiez ce que vous souhaitez accomplir avec la consultation. Les résultats sont des déclarations spécifiques et mesurables qui vous indiquent quand vous avez atteint l'état souhaité. Les déclarations de résultats décrivent les changements que vous attendez de vos actions. Posez-vous (ou à votre équipe de recherche) quelques questions pour révéler vos **objectifs** et résultats à long terme :

- Quel est ou que sont le(s) objectif(s) de la consultation ? Il peut s'agir de sensibilisation, de collecte de fonds, de **plaidoyer**, de communication, etc.
- Quels sont les résultats que je souhaite obtenir au niveau local ? Comment s'intègre-t-il dans la stratégie globale de votre organisation ?
- Qu'est-ce que je souhaite accomplir à un niveau global (si applicable) ?
- Que sais-je sur la mobilisation des participant-e-s ? Comment puis-je assurer que les participant-e-s restent motivé-e-s et impliqué-e-s ?
- Que sais-je sur l'inclusion des perspectives des jeunes dans mon travail ou celui de mon organisation ?



Une fois que vous avez discuté de vos résultats à un niveau élevé, vous pouvez alors définir des objectifs plus concrets. La définition des objectifs et des résultats procure à l'équipe de recherche un sens clair de son but. La transparence est essentielle pour encourager l'adhésion et établir des attentes au sein de l'équipe afin que tout le monde puisse travailler ensemble. Vous connaissez peut-être les objectifs SMART (Spécifiques, Mesurables, Actionnables, Réalistes et Temporels), qui vous permettent de définir les détails de vos objectifs. En plus des objectifs SMART, envisagez d'utiliser deux autres cadres d'objectifs :

## Objectifs WISE

Les objectifs WISE peuvent démontrer les niveaux de préparation et d'enthousiasme au sein de votre équipe de recherche.

W	I	S	E
Volonté (Willingness)	Inspiration (Inspirational)	Auto-transformationnel (Self Transformational)	Équitable (Equitable)
Est-ce que vous et/ou votre équipe êtes prêt-e-s à travailler pour atteindre l'objectif, même si cela implique de faire des sacrifices ?	L'objectif vous inspire-t-il et vous donne-t-il de l'énergie, à vous et/ou à votre équipe ? Ou bien l'objectif doit-il être atteint sous l'effet de pressions extérieures ?	L'objectif constitue-t-il une étape naturelle menant à la croissance et à l'impact ?	Est-ce que vous et/ou votre équipe vous sentez investi-e-s d'une mission et d'un pouvoir d'action pour atteindre l'objectif ?

## Objectifs FAST<sup>21</sup>

Les objectifs FAST peuvent orienter des priorités stratégiques spécifiques pour la consultation.

F	A	S	T
Fréquemment discuté (Frequently discussed)	Ambitieux (Ambitious)	Spécifique (Specific)	Transparent (Transparent)
Êtes-vous prêt-e-s à discuter de l'objectif de manière continue afin d'examiner les progrès, d'allouer les ressources et de fournir des commentaires ?	L'objectif est-il difficile mais pas impossible à atteindre ?	L'objectif peut-il être traduit en mesures concrètes et en jalons qui clarifient la manière de mesurer les progrès ?	Pouvez-vous et/ou votre équipe veiller à ce que l'objectif et son état d'avancement soient connus du public ?



# Rassembler l'équipe

## L'équipe de recherche

Rassemblez votre équipe de recherche et décidez comment vous allez travailler ensemble. Ou réfléchissez à la manière dont vous travaillerez si vous êtes une équipe d'une seule personne.

Cela peut inclure des décisions concernant la composition de l'équipe de recherche ainsi que la répartition des responsabilités pour chaque rôle. Vous pourriez également examiner les processus d'approbation (qui doit approuver et combien de temps à l'avance les approbations sont nécessaires) ainsi que les communications (quand communiquer, sous quelle forme et à quelle fréquence). Enfin, envisagez toute aide externe dont vous pourriez avoir besoin.

## Groupe ou comité consultatif

Vous pouvez choisir d'explorer les possibilités d'impliquer d'autres parties prenantes dans votre consultation. Un groupe consultatif ou un comité peut être un moyen efficace d'accroître la sensibilisation et la responsabilité tout en intégrant la propriété communautaire. Notez qu'il n'est pas nécessaire qu'il s'agisse d'un groupe formel d'expert·e·s, mais cela peut inclure des alli·e·s ou des soutiens formels qui ont quelque chose de précieux à offrir, comme une expertise, des connaissances ou une expérience vécue. Cela montre bien que la méthodologie est ancrée dans une approche féministe.

Lorsque vous envisagez si un groupe consultatif ou un comité est pertinent pour votre consultation, posez-vous et/ou à votre équipe de recherche la question :

- Comment pourrions-nous impliquer les membres de la communauté dans la consultation, au-delà de leur rôle participatif ? Comment les participant·e·s pourraient-ils ou elles jouer un rôle consultatif en partageant leur expertise et en jouant le rôle de messenger des intérêts de la communauté ?
- Y a-t-il des lacunes en matière de connaissances et de compétences qui peuvent être comblées par un transfert de connaissances significatif et réciproque ?
- Comment pouvons-nous favoriser un engagement intergénérationnel où des personnes de tous âges partagent leur sagesse et leurs expériences pour enrichir le processus de consultation ?

## Planifier les ressources

Élaborez un plan de travail, un calendrier et un budget pour déterminer les ressources nécessaires pour votre consultation. Consultez le [guide de plan d'action](#) et le [modèle de budget](#) pour obtenir des conseils.

## À garder à l'esprit

### Planning

- Alignez votre planning avec des priorités qui se situent en dehors de votre consultation. Pensez aux priorités dans la vie de l'équipe de recherche et des participant·e·s. Pensez à comment ces priorités pourraient influencer l'organisation de votre consultation. Pensez également aux processus d'approbation dans votre planning.
- Prévoyez une période tampon pour faire face aux retards imprévus. Un petit peu de marge dans votre planning peut faire une grande différence !



Parfois, il n'est pas possible d'ajouter une période tampon. Si c'est le cas, veuillez à signaler les risques potentiels et à rechercher des occasions d'interrompre les étapes de la recherche. Il ne faudrait pas compromettre l'intégrité de la recherche en privilégiant la rapidité.



## Budget

- Prenez en compte les implications financières de votre stratégie. Déterminez le nombre de personnes que vous souhaitez impliquer et pour combien de temps. En général, plus il y a de personnes impliquées, plus les coûts sont élevés.
- Élaborez un projet de budget en fonction de votre plan de travail et de votre calendrier. Ensuite, rencontrez vos principaux collègues ou partenaires pour discuter des ressources disponibles. Il se peut que vous deviez réviser votre budget suite à ces discussions. Si aucune ressource interne n'est disponible, vous pourriez avoir besoin d'identifier d'autres sources. Par exemple, des subventions de fondations ou d'institutions gouvernementales correspondant à vos objectifs de recherche. Il se peut que vous trouviez des individus ou des entreprises pour développer des **partenariats** ou des parrainages pour la recherche. Vous pourriez demander des conseils à une personne compétente en collecte de fonds. Cherchez au sein de votre organisation ou réseau de l'aide pour la rédaction de subventions et la budgétisation.
- Si possible, alignez votre consultation avec un programme existant au sein de votre organisation. Cela pourrait vous permettre de puiser dans un budget existant. (En prime, c'est une excellente façon de trouver des participant-e-s qui connaissent déjà votre organisation.)
- Couvrez toutes les dépenses nécessaires pour permettre aux participant-e-s de s'impliquer dans votre consultation. Cela peut inclure les frais de déplacement, de nourriture ou d'internet.

- Selon votre budget, envisagez d'offrir des compensations ou des honoraires aux participant-e-s. Payer un honoraire ou une compensation démontre votre gratitude pour le temps et les idées des participant-e-s. Par exemple, inscrivez les participant-e-s au sondage à un tirage au sort après avoir soumis leurs réponses. Ou fournissez un repas pour les participant-e-s qui assistent à une discussion de groupe. Ces gestes peuvent sembler simples, et pourtant, ils peuvent signifier beaucoup pour certains participant-e-s ! Un partenaire ou un sponsor peut contribuer à couvrir une partie ou la totalité de ces coûts en échange de visibilité.
- Envisagez d'inclure un élément de développement de compétences pour l'équipe de recherche et les participant-e-s. Par exemple, vous pouvez réunir deux fois les participant-e-s à un groupe de discussion. L'objectif de cette méthodologie est de favoriser une expérience valorisante pour toutes les personnes impliquées !

## Se préparer à contrôler

Le temps et les ressources sont des ingrédients précieux pour votre consultation. Le suivi et l'établissement de rapports vous permettent de tirer le meilleur parti de vos ressources. Et bien que cela puisse sembler impersonnel et technique, la surveillance permet de suivre clairement votre progression. Elle aide à garantir que votre consultation maintient une approche centrée sur les participant-e-s.

Nous avons créé deux modèles pour soutenir vos activités de surveillance et de rapport. Le **modèle de rapport de progrès** peut être utilisé pour des rapports réguliers. Le **modèle de suivi et de vérification de projet** peut être utilisé pendant et à la fin de la consultation. N'hésitez pas à modifier ces modèles en fonction de vos besoins de surveillance et de rapport.



Le suivi et l'établissement de rapports sont utiles même si vous êtes le/la seul·e chercheur·se. C'est une bonne pratique de partager des mises à jour sur votre travail. Envisagez de partager des mises à jour avec les participant·e·s ou d'autres équipes de votre organisation ou groupe.



## Poser les bases pour rester sur la bonne voie

Au début de la consultation, prenez le temps de vous aligner sur les besoins de votre équipe en matière de suivi et de rapports. Le plus important est que l'équipe se mette d'accord sur le rôle du suivi dans votre consultation. Le but de la surveillance et du rapport est d'aider à atteindre vos objectifs de recherche tout en respectant les principes féministes. Ensuite, définissez clairement ce qui est mesuré (voir les **directives SMARTIE**). Assurez-vous que l'équipe s'accorde sur ce que représente le succès pour vos objectifs de mesure.

Une fois que tout le monde est d'accord sur les raisons de suivre les progrès, il faut décider des détails. Qui est chargé de fournir les rapports ? Qui est responsable de la réception des rapports ? Quelle est la fréquence des mises à jour ? Quel est le format pour les mises à jour ?

Le suivi et l'établissement de rapports ne sont pas uniquement réservés aux grandes étapes et aux résultats. Même si vous considérez qu'une tâche est simple, il peut être utile de fournir des mises à jour régulières sur son avancement. Ces mises à jour peuvent se produire de manière synchronisée (lorsque l'équipe reçoit des mises à jour en même temps) ou de manière asynchrone (lorsque l'équipe reçoit des mises à jour à des moments différents, souvent par écrit). Par exemple, vous pourriez choisir d'organiser une réunion hebdomadaire de suivi de projet avec votre équipe. Ou vous pourriez suivre vos tâches quotidiennes sur un tableau numérique comme Trello ou Asana. Il ne s'agit là que de quelques exemples. Utilisez la cadence et les mécanismes qui conviennent le mieux à votre équipe de recherche. Des rapports

réguliers assurent la transparence et maintiennent la consultation sur la bonne voie.

## Savoir quelle est la prochaine étape à suivre

Une perspective féministe accorde une valeur égale au processus de recherche et aux résultats finaux. Le suivi et l'établissement de rapports vous permettent de réfléchir pendant la consultation ainsi qu'à sa fin. Il vous fournit les informations pertinentes pour comprendre ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas.

Vous serez ainsi mieux à même de passer à l'étape suivante. L'étape suivante consistera peut-être à faire pivoter une tâche. Ou peut-être s'agira-t-il de célébrer l'achèvement d'une étape importante. Ou peut-être encore de faire le point sur le succès d'une méthode de recherche afin de transmettre les apprentissages. Quelles que soient les mesures que vous devez prendre, le suivi et l'établissement de rapports fournissent les preuves pour vous guider.

Il est important d'être flexible en fonction de ce que vous apprenez grâce au suivi et à l'établissement de rapports. Cela dit, trouver le bon équilibre est essentiel. Le fait de modifier constamment votre approche peut nuire à la qualité de vos résultats.



## S'assurer que vous disposez des données nécessaires pour agir

En surveillant votre progression tout au long de votre consultation, vous êtes en meilleure position pour avoir les données dont vous avez besoin à la fin de vos recherches. Les efforts continus intègrent la responsabilité avec la recherche. Elle garantit également que votre processus, vos données et vos perceptions sont tous alignés avec votre objectif final, qu'il s'agisse de plaider politiquement, de campagne ou d'autres efforts.

## Conseils pour le suivi et l'établissement de rapports

- Soutenez votre équipe dans sa communication interne, avec les partenaires et les participant-e-s. Commencez vos activités de suivi et d'établissement de rapports dès le début de votre consultation afin de créer une dynamique.
- Encouragez chacun à demander de l'aide et à admettre ses erreurs. Nous apprenons toutes et tous, et documenter le voyage est utile pour une amélioration continue.
- Félicitez le travail bien fait et gardez les critiques constructives.
- Déléguez les responsabilités si nécessaire pour assurer un suivi fluide. Par exemple, lorsqu'une personne doit s'absenter pendant une durée quelconque.
- Maintenez les mécanismes de rapport actifs jusqu'à la fin de la consultation. Il est facile de négliger le suivi des rapports. Assurez-vous que tout le monde comprenne leur importance. Aidez-les à comprendre comment cela contribue au succès de la consultation.

### Notes



## Étape 2 : Concevoir

Avec de l'attention, une graine développe un système racinaire sain, qui constitue la base de votre consultation.

La deuxième étape de la méthodologie de consultation féministe est la conception. Cette étape consiste à adopter une approche féministe pour concevoir tous les aspects de votre consultation. C'est ici que vous décidez des questions de recherche et que vous choisissez vos méthodes de recherche. La conception est une étape passionnante et dynamique où la créativité se déchaîne !

« J'ai vraiment apprécié de participer à un projet avec des femmes de différentes nationalités, d'apprendre leurs différentes perspectives et... de travailler ensemble à la création d'un monde meilleur et plus égalitaire... »



Natalia Arenas,  
Royaume-Uni  
(Originaire de Colombie)

### Concevoir pour...

La conception est un acte de pouvoir ancré dans la prise de décisions et l'action. Et nous sommes toujours en train de concevoir « pour quelque chose », que nous en ayons conscience ou non.

Lorsque nous agissons avec intention et soin, nous pouvons améliorer nos chances de « concevoir pour le bien ». En d'autres termes, nous pouvons prendre des décisions avec une compréhension profonde de la façon dont elles pourraient impacter les personnes et le monde qui nous entourent. Nous pouvons nous efforcer de créer un changement significatif grâce à nos choix de conception. Ou mieux encore, nous pouvons concevoir en apprenant et en créant aux côtés de celles et ceux qui sont le plus proche des problèmes. Et ce faisant, nous pouvons remettre le pouvoir de concevoir entre leurs mains.

Cette méthodologie se concentre sur trois domaines de conception :

- [Concevoir selon les principes de recherche féministe](#)
- [Concevoir pour un langage clair](#)
- [Concevoir pour la sécurité](#)

Utilisez les conseils partagés ici pour guider la conception de votre consultation. Référez-vous à ceux-ci au fur et à mesure que vous avancez dans les sous-étapes afin de garantir une conception aussi féministe, claire, et sûre que possible.



# Concevoir selon les principes de recherche féministe

## Concentrez-vous sur l'impact communautaire

Gardez toujours à l'esprit l'impact que votre consultation peut avoir sur la communauté.

## Favorisez une relation de collaboration entre le/la chercheur·se et le/la participant·e

Si possible, collaborez avec certain·e·s des participant·e·s en tant que co-chercheur·se·s. Travaillez ensemble pour adapter la méthodologie en utilisant vos idées pour produire de nouvelles perspectives. Envisagez de former des co-chercheur·se·s et d'autres personnes à aider à recueillir des données et à analyser les résultats. Lorsque vous travaillez avec des co-chercheur·se·s, faites preuve de confiance, de respect et de transparence. Prenez aussi conscience des dynamiques de pouvoir. C'est essentiel lorsqu'on travaille au sein d'une organisation avec des équipes intergénérationnelles et/ou peu de jeunes.

## Assurez l'inclusivité de genre

Assurer l'inclusivité signifie éliminer les obstacles qui empêchent les personnes d'être elles-mêmes. Lors de la conception des activités de recherche, veillez à ce que les participant·e·s se sentent en sécurité, valorisé·e·s et respecté·e·s. Par exemple, réfléchissez à la nécessité de demander le genre d'un participant et, si c'est pertinent, invitez-le à s'identifier librement plutôt que de choisir parmi une liste restreinte d'options qui pourraient ne pas refléter son identité. Cela illustre ce que l'on appelle la [sensibilité au genre](#).

## Rassemblez et protégez les données avec respect

L'utilisation réfléchie des données permet de responsabiliser les communautés. Une approche respectueuse de [la gouvernance des données](#), [la souveraineté](#), et [l'intendance](#) favorise la prise de décisions menée par la communauté, l'équité et [la justice transformative](#).

De nombreux exemples montrent comment la consultation féministe a été mise en œuvre, que ce soit au niveau local ou dans le cadre d'initiatives mondiales. Par exemple, l'[ONU Femmes a documenté ses recherches dans une étude internationale](#)<sup>22</sup> démontrant la participation égale et significative des femmes dans les efforts de paix et de sécurité.

## Concentrez les efforts sur les objectifs de recherche

Veillez toujours à répondre à la (aux) question(s) de recherche. Référez-vous à l'endroit où vous avez défini pour la première fois vos questions de recherche (consultez le [modèle de développement de question de recherche](#)).

## Combinez les méthodes de recherche (si applicable)

Les trois méthodes de recherche décrites dans cette méthodologie ne sont pas interdépendantes. Au lieu de cela, elles peuvent être indépendantes ou combinées les unes avec les autres.

## Misez davantage sur la documentation

Enregistrez toutes les notes. On ne sait jamais quand vous (ou une autre partie prenante) pourriez avoir besoin de vous y référer.

## Créez des guides de terrain

Développez des guides de terrain pour soutenir la mise en œuvre de votre(vos) méthode(s) de recherche. Les guides de terrain favorisent la cohérence tout en offrant la flexibilité de s'adapter en temps réel (voir le [guide de terrain pour les groupes de discussion avec storytelling](#) et le [guide de terrain pour les entretiens](#)).



## Promouvez des espaces sûrs et le respect

Promouvez la dignité en menant votre consultation à l'aide du cadre de [l'espace sûr de la YWCA Mondiale](#)<sup>23</sup>.

## Animez des sessions de travail conjointes

Organisez des sessions de travail conjointes avec les participant-e-s. Travaillez ensemble pour interpréter et réfléchir sur les résultats. Cela permet de rassembler de multiples perspectives qui enrichissent et façonnent les conclusions

## Encouragez la diversité de pensée

Faites participer des voix issues de différents groupes pour encourager la diversité des points de vue. Cela permet d'obtenir une vision plus complète de la réalité. (Consultez la section [échantillonnage](#) pour plus de détails sur la sélection de différents groupes qui participeront à votre consultation.)

## Partagez les connaissances et les opportunités de développement des compétences

Intégrez des opportunités pour partager des connaissances et former les participant-e-s sur comment utiliser la méthodologie. Cela permet de développer les compétences des jeunes femmes. Cette approche garantit également que la méthodologie pourra être réitérée avec un impact soutenu.

## Construisez et exploitez des réseaux de soutien

Envisagez d'utiliser des applications de messagerie pour offrir un réseau informel à vos participant-e-s. La création de réseaux entre les participant-e-s peut contribuer à l'établissement de la confiance, à la collaboration et au partage des connaissances.

## Concevoir pour un langage clair

La façon dont vous vous exprimez est importante. Le choix du langage et sa clarté peuvent avoir un impact sur le succès de votre consultation. Ce que vous dites et la manière dont vous le dites peuvent influencer l'expérience globale de votre consultation. C'est particulièrement vrai lorsqu'il s'agit d'impliquer les participant-e-s.

Ces conseils vous aideront à utiliser un langage clair lors de votre consultation. Ensuite, lisez la section [mots et expressions importantes](#) pour en savoir plus sur les termes de cette méthodologie.

## Reconnaissez le pouvoir du langage

Il est important de reconnaître le pouvoir du langage. Il y a eu beaucoup de travail accompli pour démocratiser le langage. En d'autres termes, il faut que le langage soit accessible, inclusif et représentatif de son public. Malgré tous ces efforts, il peut encore avoir des effets néfastes. Le langage peut représenter des positions politiques et être controversé.

Traduisez le langage académique, les jargons complexes et les concepts en descriptions faciles à comprendre et pertinentes. Gardez à l'esprit les besoins d'un large éventail de personnes, y compris les différents niveaux d'alphabétisation, les locuteur-ice-s non natif-ve-s et les personnes issues de divers contextes culturels. Il est essentiel que chacun-e puisse se reconnaître dans le langage utilisé dans la recherche. C'est essentiel pour garantir que les informations sont précises et éviter de causer une exclusion ou un préjudice involontaire.

## Comprendre le contexte

Certains termes de cette méthodologie peuvent ne pas refléter la réalité de toutes les régions et contextes. Ou certains termes peuvent être controversés ou



déclencher des réactions dans certains contextes. Prenez le temps de comprendre le contexte de l'espace dans lequel vous souhaitez faire votre consultation. Utilisez ensuite cette compréhension pour guider votre choix et votre utilisation des mots.

### S'adapter au contexte

Ajustez le langage de la méthodologie en fonction de votre contexte. Veillez à conserver l'esprit original du texte. Faites-le tout en veillant à ce que tout le monde se sente à l'aise et en sécurité avec la terminologie.

### Reconnaissez l'intersectionnalité

Votre langage doit refléter les identités et expériences intersectionnelles de vos participant-e-s. C'est particulièrement vrai si votre consultation est internationale. Ou si votre consultation implique des femmes issues de différents milieux de vie. Prenez conscience de la **dichotomie sexuelle** et utilisez un langage **sensible au genre** reflétant la diversité socio-économique, politique, religieuse et culturelle. Vous pouvez souhaiter faire appel à un expert ou à quelqu'un qui a une compréhension nuancée pour vous aider à peaufiner votre langage.

### Exploitez les outils de traduction numérique (avec prudence)

Les outils de traduction numérique (comme [Google Translate](#)<sup>24</sup>) peuvent être utiles pour travailler dans différentes langues. Cela dit, ces outils ont leurs limites. Si vous traduisez la méthodologie à l'aide d'un outil numérique, assurez-vous de la faire valider. Engagez un locuteur de la langue pour vérifier si la traduction conserve l'intention du texte original.

### Prenez conscience des similitudes et différences des langues

Si vous travaillez dans plusieurs langues en utilisant des documents traduits, gardez à l'esprit les similitudes et les différences entre elles. N'oubliez pas que certains mots n'ont pas de traduction équivalente. Il y a aussi des mots qui se ressemblent mais qui ont un sens complètement différent.

### Rester simple

Utilisez un langage simple pour atteindre le plus grand nombre de personnes. Maintenez un ton neutre et évitez l'argot autant que possible. Utilisez les dialectes locaux lorsque vous travaillez au niveau local et tenez compte des langues plus largement comprises lorsque vous travaillez dans des contextes différents.

### Utilisez des définitions valorisantes

Réfléchissez bien au choix des définitions pour vous assurer que les participant-e-s les comprennent. Ceci est particulièrement important lorsqu'il s'agit de questions sensibles. Prenez le temps de chercher des conseils et de décider des meilleures définitions pour vos participant-e-s. Votre objectif est que toutes et tous comprennent et se sentent à l'aise pour participer. Lors de l'élaboration des définitions, il convient de tenir compte de dynamiques profondément enracinées, telles que le pouvoir et l'inégalité entre les sexes.

### Séparez le « je » du « nous »

Employez des mots pour que les participant-e-s et les co-chercheur-se-s ressentent une appartenance au processus. Prenez conscience des dynamiques de pouvoir et concentrez-vous sur l'utilisation de « nous » au lieu de « je » lors de la discussion sur la consultation. Mais lorsque vous donnez des opinions personnelles, parlez à la première personne en disant « je crois/ je pense... ». Cela souligne le fait que chacun a une opinion unique à partager.



## Se référer aux personnes de la manière dont elles souhaitent être référées

Faites preuve de respect en utilisant le langage qu'on vous demande d'utiliser. Par exemple, reconnaissez les personnes non-binaires avec les pronoms qu'elles utilisent. Il faut toujours garder à l'esprit que la langue est à la fois un descripteur et un générateur de réalité.

## Évaluez la langue de vos outils avant de les utiliser

Après avoir conçu vos **outils de collecte de données**, passez un peu de temps à les valider. Évaluez le langage en passant en revue des éléments clés tels que le vocabulaire, le ton de la voix, la clarté, la pertinence par rapport au contexte et le lien avec vos objectifs de recherche. Effectuez des modifications pour vous assurer que vos outils sont aussi utiles et pertinents que possible.

## Concevoir pour la sécurité

### Principes des espaces sûrs et de la sécurité féministe

Un axe principal de cette méthodologie est de garantir la sécurité et la sûreté. Être féministe signifie favoriser des espaces sûrs et des expériences. Veiller à la sécurité signifie promouvoir le soin individuel et collectif. Veillez à prendre soin de toutes les personnes impliquées dans votre consultation. Cela inclut vos participant-e-s, l'équipe de recherche, vos partenaires et les autres parties prenantes.



Utilisez ces principes pour la création d'espaces sûrs afin de vous guider. (Et n'oubliez pas, ces conseils s'appliquent aussi bien aux consultations en personne qu'à distance !)

### Ne pas nuire

Avant tout, veillez à ne pas nuire. Avant de commencer, considérez l'impact de votre consultation. Pensez à comment cela pourrait nuire à la communauté et aux participant-e-s. Réfléchissez à comment cela pourrait affecter les droits ou la dignité de vos participant-e-s. Concevez ensuite votre consultation pour atténuer tout impact négatif. Par exemple, une consultation avec des

femmes victimes de violence sexiste

doit atténuer l'impact négatif du récit d'expériences sensibles. S'il ne semble pas possible d'éviter de causer du tort lors de votre consultation, vous devez repenser votre approche.

Faites attention à la manière dont vos activités de recherche pourraient rappeler ou amplifier des expériences de **microagressions** vécues par les femmes dans la société. Même si ces transgressions peuvent sembler minimes, leur accumulation au fil du temps peut engendrer une tension émotionnelle considérable, rendant leur gestion particulièrement épuisante. Selon votre sujet de recherche, il se peut que vous souhaitiez explorer ces sujets de manière intentionnelle. Si tel est le cas, envisagez d'aborder ces sujets directement et de créer un espace pour que les participant-e-s puissent les traiter et les partager.

### Adopter l'intersectionnalité

Assurez-vous que votre consultation défend les droits et l'émancipation de toutes les femmes. Prenez en compte les différences entre les femmes dans tous



les aspects de leur identité. Ces différences peuvent porter sur la radicalisation, la sexualité, le statut économique, la nationalité, la religion et la langue<sup>25</sup>. Ensuite, concevez votre consultation pour parler des différentes réalités des femmes. Cela permet d'éviter de nuire davantage ou d'exclure un groupe de femmes par rapport à un autre.

### **S'engager avec les leaders communautaires**

Construisez des alliances avec les leaders communautaires. Prenez le temps dès le début d'expliquer en quoi consiste votre recherche et comment vous aimeriez impliquer la communauté. Obtenez leur connaissance du contexte local, leur approbation et leur contribution. Les leaders communautaires sont une source de sagesse pour savoir comment approcher la communauté de manière sensible.

### **Adapter la langue**

Veillez à utiliser des mots et des expressions qui ont du sens dans le contexte local. Un langage familier et facile à comprendre aide les participant·e·s à se sentir à l'aise et en sécurité tout au long de votre consultation. Assurez-vous d'adapter la langue dans vos outils de collecte de données et autres matériels de recherche. (Voir la section [Concevoir pour un langage clair](#).)

### **Éliminer les dynamiques de pouvoir**

Éliminez autant que possible les dynamiques de pouvoir entre l'équipe de recherche et les participant·e·s. Équilibrer le pouvoir aide les participant·e·s à se sentir à l'aise et en sécurité pour exprimer des idées importantes ou personnelles. Une bonne pratique pour éliminer les dynamiques de pouvoir est à travers la co-création. C'est lorsque l'équipe de recherche et les participant·e·s façonnent conjointement le travail.

**Comprenez votre identité et votre positionnalité car elles peuvent influencer la manière dont vous interagissez avec les participant·e·s. Votre pouvoir et privilège peuvent être mal perçus si vous ne maîtrisez pas la manière dont vous vous présentez aux participant·e·s.**

### **Favoriser une communication ouverte**

Créez des moyens pour les participant·e·s de partager leurs commentaires et préoccupations avec l'équipe de recherche. Favorisez une communication ouverte en acceptant leurs commentaires avec gratitude. L'objectif est de créer un environnement où les participant·e·s sont disposé·e·s à participer. Il est important de savoir si une personne se sent ou s'est senti·e mal à l'aise d'une manière ou d'une autre. Cela inclut avant, pendant ou après votre consultation. Gardez à l'esprit que tout le monde n'aime pas donner des commentaires. Il peut être utile de fournir des moyens de recueillir des commentaires anonymes.

Vous pourriez envisager de recueillir des retours après la participation à l'aide d'un court sondage. Référez-vous à la section [Conception du sondage](#) de la méthodologie.

### **Montrer de la gratitude et reconnaître les participant·e·s**

Découvrez comment reconnaître vos participant·e·s de manière significative. La reconnaissance du temps et des contributions des participant·e·s peut être financière (voir la section [Incentives et Honoraires](#)) ou par d'autres moyens. Faites preuve de créativité en offrant des opportunités de réseautage, de [renforcement des capacités](#), un certificat ou une lettre de référence. Préparez-vous à partager votre reconnaissance avec les participant·e·s peu de temps après leur participation.



## Identifier les ressources de soutien

Identifiez les ressources permettant d'apporter un soutien à vos participant-e-s. Ces ressources peuvent inclure un soutien psychologique. Par exemple, vous pourriez partager un numéro d'assistance téléphonique ou une application pour que les participant-e-s obtiennent de l'aide si votre recherche porte sur la santé mentale. N'oubliez pas que proposer des ressources ne remplace pas le principe de « ne pas nuire ».

## Choisissez un espace physique sûr (pour des consultations en personne)

Si vous vous rencontrez en personne, choisissez toujours un espace sûr. Sélectionnez un lieu avec des conditions d'accessibilité appropriées afin que tout le monde puisse participer de manière égale. Vous pourriez envisager de vous rencontrer dans un centre médical, une école ou un bâtiment communautaire. Évitez les lieux où l'intimité est faible ou inexistante, ou encore ceux où les participant-e-s pourraient se sentir mal à l'aise de partager leurs expériences.

## Confidentialité

La **confidentialité** est une promesse ou un engagement à ne pas partager de détails spécifiques ou d'informations avec quiconque en dehors de l'équipe de recherche. C'est particulièrement important pour des détails qui peuvent révéler l'identité des participant-e-s. La confidentialité protège les participant-e-s (y compris leurs informations, identité et histoires) ainsi que l'équipe de recherche.

Nous recommandons vivement de discuter de la confidentialité avec tous les parties prenantes de votre équipe. Assurez-vous que tout le monde soit sur la même longueur d'onde concernant la confidentialité et les rôles dans son maintien.

Une façon d'assurer la confidentialité des informations est de développer des codes participant pour **désidentifier les données** (suppression des identifiants personnels tels que le nom, les coordonnées, etc.). Tout d'abord, créez un document séparé de vos

notes de recherche. Ensuite, listez les noms de vos participant-e-s avec un code à côté de chaque nom. Maintenant, écrivez ce code à la place du nom du participant sur toutes vos notes de recherche.

Lors de l'animation d'une session à distance, il est également essentiel de respecter la confidentialité. Cela signifie garantir que personne ne prend et ne partage des captures d'écran du groupe sans consentement. Lorsque la confidentialité ne peut être respectée, vous devez informer les participant-e-s. En d'autres termes, vous devez informer les participant-e-s à l'avance si vous ne pouvez pas garantir que leur identité ne sera pas liée à ce qu'ils ou elles partagent.

## Confidentialité et protection des données

Au début de votre consultation, vous devriez envisager des mesures de sécurité concernant la confidentialité et la protection des données. En fonction du sujet de votre recherche et de la conception des activités de consultation, il se peut que vous ayez à recueillir des informations confidentielles et sensibles. La préservation de la vie privée et la protection des données sont un effort collectif et la responsabilité ne devrait pas reposer sur un seul individu. Nous vous encourageons à faire preuve de diligence raisonnable pour comprendre toutes les normes établies à suivre en matière de confidentialité et/ou de protection des données en fonction de votre région ou contexte. En tant que chercheur-se, vous devez gérer et conserver de manière responsable les données pour protéger les preuves que vous collectez. La protection et la conformité des données peuvent ressembler à :

- Nettoyer et/ou crypter des données pour garantir que les informations ne sont pas identifiables.
- Limiter l'accès aux données à l'équipe de recherche et/ou aux participant-e-s, sauf en cas de consentement explicite.
- Stocker et utiliser de manière sécurisée les informations collectées pendant une période de temps convenue, puis détruire toutes les données par la suite.



- Partager/signer un code de conduite/un accord stipulant que les données collectées ne seront pas partagées ou utilisées à mauvais escient et que les données des participant-e-s seront protégées.

Considérez le type de protection de sécurité utilisé sur vos appareils technologiques (par exemple, un appareil mobile, un ordinateur ou un ordinateur portable). Certains peuvent avoir l'option d'utiliser un mot de passe, une identification par empreinte digitale ou même une reconnaissance faciale. Pensez à ce qui vous procurera la plus grande sécurité et protection.

En fonction de votre région, il peut y avoir des considérations importantes à prendre en compte pour assurer votre sécurité et celle de vos participant-e-s. Prenez le temps, dès le début, de vous informer sur :

- Vos obligations légales concernant l'accès à l'information. Assurez-vous de connaître vos obligations. Par exemple, au Canada, le [FIPPA \(Freedom of Information and Protection of Privacy Act\)](#)<sup>26</sup> et en Inde, le [Right to Information](#)<sup>27</sup>.
- L'environnement politique où il peut y avoir une surveillance autour des informations partagées sur les réseaux sociaux ou sur internet. Cela peut signifier que vous devez faire preuve de créativité dans la formulation des questions ou chercher des conseillers qui peuvent vous aider à guider le processus. N'oubliez pas, votre sécurité passe avant tout.

- Vos droits. Connaître vos droits est essentiel pour vous préparer à toute situation dans laquelle vous pourriez vous trouver.

Pandémie et autres considérations de sécurité publique

Maintenant plus que jamais, la sécurité publique est une considération importante pour votre consultation. Encore plus si vous prévoyez d'organiser des activités de recherche en personne. Suivez toutes les mesures de santé publique dans votre région. Ces mesures pourraient inclure :

- Porter un masque et des gants.
- Fournir des masques, des gants, du désinfectant pour les mains et d'autres articles de sécurité aux participant-e-s.
- Encourager le lavage fréquent des mains.
- Maintenir la distance sociale requise en fonction des recommandations des autorités sanitaires locales.
- L'ouverture d'un espace de soins collectifs au début de la session. Invitez les participant-e-s à partager leurs expériences de la pandémie et à se soutenir mutuellement.
- Envisagez des sessions hybrides ou en ligne plutôt que des activités en personne.



Il peut y avoir d'autres précautions de sécurité à considérer. Selon votre région, il se peut que ce ne soit pas acceptable pour les femmes de participer à la conversation. Assurez-vous de connaître les différences culturelles et régionales pour planifier en conséquence.



### Bien-être et burnout des participant-e-s et de l'équipe de recherche

En tant que leaders féministes du changement, le poids de notre travail peut être lourd et stimulant, en plus de nos obligations personnelles. L'épuisement mental et le burnout sont courants dans le militantisme, et sont encore plus fréquents chez les individus ayant des identités intersectionnelles<sup>28</sup>.

Prendre soin de notre bien-être mental, de celui de notre équipe et de nos communautés est essentiel pour nous donner la force de continuer à faire notre travail. Nous devons faire preuve de vigilance pour protéger notre bien-être. Cela commence par reconnaître les signes de stress et d'épuisement, et de créer les habitudes pour chercher du soutien.

Le stress est la réponse de notre corps à notre situation ou à notre environnement. Le stress se manifeste différemment d'une personne à l'autre, mais en fin de compte, trop de stress peut conduire à l'épuisement professionnel. Une personne qui souffre d'épuisement professionnel peut présenter un ou plusieurs symptômes, notamment l'épuisement mental et/ou physique, l'irritabilité, l'anxiété accrue, la dépression, etc<sup>29</sup>. Malheureusement, la pandémie de COVID-19 et d'autres réalités politiques ont amplifié de nombreuses inégalités et déséquilibres, et ont ainsi élargi davantage l'écart de l'épuisement professionnel selon le genre<sup>30</sup>, ce qui signifie que les femmes sont plus nombreuses que jamais à souffrir d'épuisement professionnel.

Pour éviter et contrer l'épuisement professionnel, nous devons nous soutenir mutuellement. Le soutien peut prendre la forme d'une écoute, d'une orientation et d'un partage des ressources, pour n'en citer que quelques-uns. En intégrant une approche

intersectionnelle et en valorisant les qualités féminines de soin et d'attention, nous pouvons encourager des pratiques restauratrices qui soutiennent la guérison collective au sein de nos communautés. Envisagez d'organiser un espace sûr virtuel ou en personne si nécessaire.

Lors de votre consultation, vous avez l'occasion de garantir le bien-être de vos participant-e-s et de votre équipe de recherche. Dans la conception de vos activités de recherche, vous pouvez réfléchir au type d'énergie que vous demandez aux participant-e-s de partager avec vous. Par exemple, vous pouvez adapter vos activités aux leaders et aux femmes influentes qui sont souvent sollicitées pour parler au nom de leurs communautés et qui portent donc généralement une charge plus lourde. Ou vous pouvez chercher d'autres voix dans la communauté pour vous engager.

Quelle que soit la personne à laquelle vous vous adressez, veillez à :

- Maintenez de l'espace et reconnaissez les réalités de votre région, de votre industrie et des événements actuels.
- Faites attention lorsque vous impliquez des personnes dans votre consultation, car elles ont des vies personnelles et peuvent jongler avec de nombreuses réalités.
- Démontrez de la compassion et de l'empathie en écoutant activement.
- Envisagez des sessions hybrides ou en ligne plutôt que des activités en personne.



# Élaborer des questions et des demandes clés

L'élaboration de questions et de demandes clés est un élément essentiel de l'étape de conception. Il faudra examiner vos objectifs de recherche et déterminer les meilleures questions à poser. Nous parlons de « demandes clés » car il n'y a jamais assez de temps pour poser toutes les questions de votre liste de souhaits. Vous devez être stratégique dans le choix de vos questions. Concentrez-vous uniquement sur ce qu'il est le plus important d'apprendre de vos participant-e-s.

Voici quelques questions pour vous aider, vous et votre équipe de recherche, à élaborer vos questions :

Voici quelques questions pour vous guider dans l'élaboration de vos questions du type « Comment pourrais-je... » :

- ... restreindre mes options pour choisir un sujet spécifique ?
- ... découvrir ce que je veux savoir ?
- ... rendre mes questions intéressantes pour les participant-e-s ?
- ... rendre mes questions facilement compréhensibles pour les participant-e-s ?
- ... formuler les questions à travers une perspective féministe ?

Lorsque vous formulez vos questions de recherche, il est essentiel d'intégrer l'intersectionnalité à chaque étape. Gardez en tête **que le biais de données existe car nous vivons dans un monde conçu pour les hommes**<sup>31</sup>. Les intersections de race, d'identité de genre, d'aptitudes, d'âge, etc. sont amplifiées par le manque de données sur le genre.

Nous avons créé un **modèle de développement de question de recherche** à utiliser pendant que vous travaillez sur les types de questions à poser.

## Comment savoir quoi demander

Suivez ces étapes pour créer des questions raffinées pour votre consultation :

### Choisissez un sujet intéressant

Vous consacrerez beaucoup de temps à votre consultation. Dans cette optique, veillez à choisir un sujet intéressant. Choisissez un sujet lié à votre passion ou aux besoins de votre organisation ou cause. Décrivez le sujet de manière accrocheuse en utilisant des mots simples. Le sujet ne doit pas être vague. La spécificité est la clé pour formuler correctement vos questions.

### Effectuez une recherche documentaire sur le sujet

Commencez par des recherches en ligne ou documentaires (c'est-à-dire des recherches que vous effectuez depuis un bureau plutôt que sur le terrain) pour en savoir plus sur votre sujet. Lisez des articles ou des journaux sur votre sujet pour voir quelle(s) recherche(s) existe(nt) déjà. Vous pouvez également entrer en contact avec des experts en personne, mais cela prendra probablement plus de temps.

Une bonne façon de commencer est avec un moteur de recherche en ligne, comme Google. Recherchez différentes combinaisons de mots-clés liés à votre sujet.



World YWCA

recherche sur la méthodologie féministe



Chercher





Une question de recherche demande typiquement :

- Que se passe-t-il si...?
- Qu'avons-nous changé à cause de...?
- Quels sont les effets de... ?

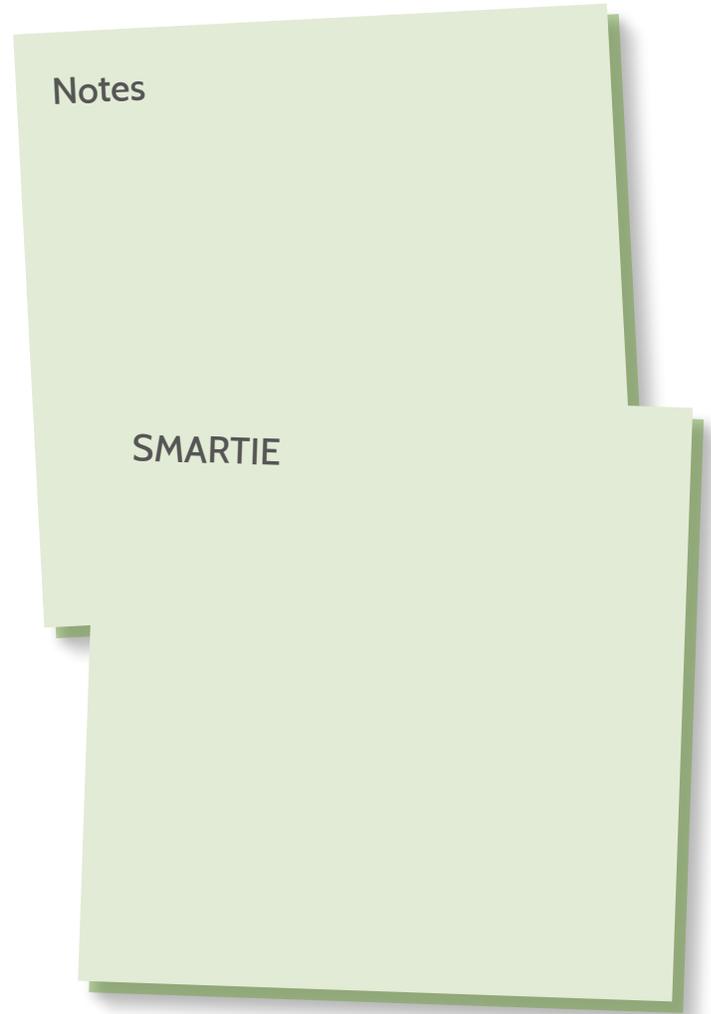
Construisez une liste de sous-questions

Une fois que vous avez défini la ou les questions de recherche, vous pouvez créer des sous-questions plus détaillées. Utilisez les lacunes en matière d'information que vous avez identifiées précédemment pour dresser une liste de sous-questions. Rédigez une question simple pour chaque information manquante.

### Évaluez vos questions

Examinez votre liste de sous-questions pour trouver les meilleures questions pour votre consultation.

Servez-vous des **directives SMARTIE** pour évaluer vos questions:



S	M	A	R	T	I	E
Spécifier (Specify)	Mesurable (Measurable)	Réalisable (Achievable)	Pertinente (Relevant)	Limitée dans le temps (Time-bound)	Inclusive (Inclusive)	Équitable (Equitable)
La question peut-elle faire l'objet d'une recherche ou d'une consultation ? Est-elle trop large ou trop étroite ?	Est-elle mesurable ? Cette question conduira-t-elle à des données qui peuvent être confirmées ou contredites ?	Est-elle réaliste compte tenu des délais et des ressources disponibles ?	Cette question mènera-t-elle à des données qui peuvent construire des connaissances ou des perspectives sur des situations réelles ?	Inclut-elle une date limite claire ?	Inclut-elle des personnes traditionnellement marginalisées et/ou sous-représentées de manière à partager le pouvoir ?	Comprend-elle un élément d'équité et de justice sociale visant à lutter contre l'injustice systémique, l'absence d'équité ou l'oppression ?



## Affinez vos questions

Affinez les meilleures questions de votre évaluation SMARTIE. Mobilisez d'éventuels co-chercheur-se-s et des membres non liés à l'équipe pour examiner les questions avec un regard neuf.

Testez et ajustez vos questions en fonction des critères suivants :

- La question est-elle claire ?
- La question est-elle ciblée ? Cette question vous donnera-t-elle les données ou les informations que vous voulez ?
- La question est-elle complexe ? Cette question permettra-t-elle d'obtenir des données qui ne peuvent être trouvées ailleurs ?
- Est-ce une question ouverte de type « comment » ou « pourquoi » ? La question est-elle suffisamment large pour qu'elle ne puisse pas être répondue par un simple « oui » ou « non ».

### Affinez vos questions

Votre question de recherche

Les jeunes femmes utilisent-elles Facebook pour organiser leur travail ?

La question est-elle complexe ?

Non, ce qui signifie qu'elle ne fournira pas suffisamment de données pour révéler quelque chose de nouveau sur votre sujet.

S'agit-il d'une question ouverte sur le « comment » et le « pourquoi » ?

Non, il s'agit d'une question « oui » ou « non ». Cela signifie qu'elle n'encouragera pas les participant-e-s à fournir des détails.

Affinez-la

Comment les jeunes femmes africaines âgées de 15 à 30 ans utilisent-elles les technologies (réseaux sociaux, crowdfunding, blogs, téléphones portables, etc.) pour s'organiser, trouver des ressources et faire connaître leur travail ?

## Prenons un exemple

Supposons que vous essayez d'étudier l'impact de la pandémie de COVID-19 sur les jeunes femmes de moins de 30 ans vivant sous le seuil de pauvreté au Népal. Un bon sous-thème pourrait inclure les impacts de la pandémie de COVID-19 sur la santé mentale. Votre recherche documentaire pourrait révéler une lacune dans l'accès des jeunes femmes à des espaces sûrs pour obtenir un soutien en matière de santé mentale. Dans cet exemple, vous pourriez envisager des sous-questions telles que :

- À quels types d'espaces sûrs ces jeunes femmes ont-elles accès ?
- Comment pouvons-nous créer des espaces sûrs sans nuire à leur vie ?
- Ces jeunes femmes ont-elles accès à internet ?
- Comment puis-je inciter ces jeunes femmes à participer à cette consultation ?

## Sauvegardez vos questions affinées pour y accéder facilement

Rassemblez vos questions affinées en un seul endroit : votre Questionnaire (voir le [modèle de questionnaire](#)).

Le langage utilisé pour formuler vos questions de recherche peut être utile pour d'autres aspects de votre consultation. Par exemple, vous pouvez le réutiliser lors de la création d'invitations pour les participant-e-s ou lors de la rédaction de votre rapport de résultats.



# Choisir qui et combien de personnes impliquer

## Créer un échantillon

Lors du choix des participant·e·s à impliquer, il est important de comprendre la différence entre « **population cible** » et « **échantillon** ». Un échantillon fournit un nombre gérable de participant·e·s pour représenter votre population cible. L'utilisation d'un échantillon est particulièrement utile lorsque le temps ou les ressources sont limités, ou lorsque votre population cible est grande. Veillez à ce que l'équipe de recherche ne réduise pas les participant·e·s à des symboles ou à des représentations superficielles.

Réfléchissez bien aux personnes que vous engagez. Les chercheurs et chercheuses en position de pouvoir ont tendance à **sur-étudier** certains groupes. Il peut s'agir de considérer les expériences des communautés comme des « questions sociales intéressantes », de reproduire des recherches antérieures et/ou de produire des résultats en ne rendant que peu ou pas de comptes aux participant·e·s.

En outre, un·e chercheur·se « extérieur·e » peut parfois nuire involontairement aux communautés en créant davantage de difficultés pour ces dernières à la suite du processus de recherche.

Il existe de nombreuses façons de créer un échantillon. Voir **Échantillonnage** pour les détails et les instructions. Voici quelques questions pour vous aider à réfléchir à l'échantillonnage pour votre consultation :

- Comment pourrais-je travailler avec les participant·e·s pour obtenir les meilleurs résultats ?
- Quels défis les participant·e·s pourraient-ils ou elles rencontrer en participant à cette recherche ?
- Comment pourrais-je interroger les participant·e·s pour savoir ce qui les motiverait à participer à cette recherche ?
- Est-ce que j'intègre des voix et des points de vue différents ? Est-ce que j'ai la capacité d'inclure des voix plus diverses ?
- Est-ce que je donne la parole à ceux qui ne sont généralement pas consultés ?
- Quelles sont certaines dynamiques de pouvoir qui pourraient être en jeu lors de la formation de mon échantillon ? Quel est mon pouvoir ou mon privilège ? Comment pourrais-je le manier et le céder ?

Le timing, le budget et la ou les méthodes que vous prévoyez d'utiliser dans votre consultation détermineront le nombre de participant·e·s à inclure. Considérez pourquoi vous voulez engager un certain nombre de participant·e·s, et souvenez-vous que **cinq voix seront peut-être suffisantes pour vous permettre de tirer des conclusions**<sup>35</sup>.

## Intégrer l'inclusion et l'intersectionnalité

Pensez à votre échantillon à travers le prisme de **l'intersectionnalité**. Engagez-vous à toucher des publics divers et difficiles à atteindre. Il peut s'agir de s'adresser à des personnes spécifiques susceptibles d'être sous-représentées en raison d'un ou plusieurs aspects de leur identité (par exemple, l'ethnicité, la race, la classe économique, la caste, l'âge, le handicap physique, la religion, l'orientation sexuelle, etc.) Envisagez d'inclure



des personnes de différents groupes d'âge pour entendre les perspectives de différentes générations.

Rappelez-vous que lorsque vous cherchez à impliquer des personnes issues de divers horizons, il est essentiel de comprendre les obstacles auxquels elles font face et d'identifier des moyens de les réduire ou de les surmonter. C'est particulièrement vrai pour les personnes marginalisées ou sous-représentées. Typiquement, la marginalisation est le résultat d'une discrimination systématique, et tous les efforts devraient être faits pour réduire les barrières discriminatoires auxquelles elles font face. Par exemple, les populations racialisées sont plus susceptibles de vivre en dessous du seuil de pauvreté. Ainsi, si votre budget le permet, pensez à offrir un repas, à couvrir les frais de transport pour se rendre à votre séance et en revenir, ainsi qu'à proposer une rémunération pour leur participation.

## Décider des données à collecter

Le terme « données » peut sembler scientifique et intimidant, mais pas d'inquiétude ! Les données sont simplement la collection de faits, de mots et de chiffres provenant de votre consultation.

Lorsque vous décidez de la manière dont vous allez collecter les données dans le cadre de votre consultation, veillez à prendre en compte un certain nombre de facteurs. Des éléments tels que la commodité, le temps et les ressources peuvent avoir un impact important sur la collecte de données. Assurez-vous de réfléchir à la valeur à court terme et à long terme des approches de collecte de données. Prenez en compte la vue d'ensemble lorsqu'il s'agit de la collecte de données. Cela peut vous aider à identifier des opportunités pour élargir la recherche à un public plus large. Cela pourrait également mettre en lumière des opportunités pour reprendre ou approfondir la recherche à l'avenir.



Relancer la recherche à l'avenir vous permet d'observer les changements sur une période prolongée.

Il existe deux approches pour collecter des données : qualitative et quantitative.

### Qualitative (mots)

La recherche **qualitative** concerne la collecte de mots, de descriptions et d'histoires. Elle est utilisée pour comprendre les expériences individuelles, les pensées, les opinions et les tendances. La recherche qualitative crée les conditions pour le dialogue, la discussion et la clarification des questions. Les activités de recherche qualitative incluent, mais ne se limitent pas aux entretiens avec des questions ouvertes, aux discussions de groupe de discussion, et à au **storytelling**.

Il se peut que vous ayez besoin d'un soutien à l'interprétation pour certaines activités de recherche qualitative. Par exemple, lorsque les participant-e-s ne parlent pas la même langue. Assurez-vous de prendre en compte ce coût dans votre budget.

### Quantitative (chiffres)

La recherche **quantitative** consiste à collecter des chiffres et des statistiques. Elle est utilisée pour aider à fournir des preuves substantielles pour soutenir votre recherche. Le plus souvent, les conclusions de la recherche quantitative se présentent sous forme de pourcentages ou de ratios. Les activités de recherche quantitative comprennent, sans s'y limiter, les sondages, les expériences et les entretiens avec des questions fermées (telles que des questions nécessitant une réponse « oui » ou « non », à choix multiple, ou une échelle de notation).



# Comparaison des données qualitatives et quantitatives

## Qualitative (mots)

- Recherche à explorer, expliquer et comprendre une situation ou un phénomène. Recherche à découvrir le « quoi » et le « pourquoi ».
- Les données se présentent sous la forme de récits, de mots, d'histoires, d'images ou d'objets.
- Les données sont recueillies par le biais d'entretiens, de discussions de groupe, d'observations, d'analyses de contenu, etc.
- Utilise des questions ouvertes.
- Les outils de recherche sont conçus pour être flexibles. Les outils peuvent émerger ou évoluer au fur et à mesure de la recherche.
- Les résultats peuvent être interprétés et présentés de manière subjective. Cela signifie que les résultats peuvent inclure des biais et des opinions de l'équipe de recherche. Il est donc essentiel de valider ses hypothèses, de vérifier ses biais et d'être conscient de son pouvoir et de ses privilèges. Tous ces facteurs peuvent avoir une incidence sur l'interprétation des résultats.

## Quantitative (chiffres)

- Recherche à confirmer une affirmation (hypothèse) concernant une situation ou un phénomène. Recherche à découvrir « combien/à quelle fréquence/à quel point ».
- Les données se présentent sous la forme de chiffres et de statistiques.
- Les données sont recueillies à l'aide d'expériences, de sondages, d'équipements, etc.
- Utilise des questions fermées (telles que des questions appelant une réponse par « oui » ou par « non », des questions à choix multiples ou une échelle d'évaluation).
- Les outils de recherche sont conçus pour être très structurés. Les outils sont convenus à l'avance.
- Les résultats sont documentés en utilisant un langage objectif.



## Essayez une approche hybride

La recherche qualitative et la recherche quantitative ont chacune leur raison d'être, et elles peuvent être encore plus efficaces lorsqu'elles sont associées ! Une approche hybride peut conduire à des perspectives profondes et à une image plus complète.

## Tenez compte des données démographiques

Les données démographiques aident à comprendre une population en fonction de facteurs tels que l'âge, le revenu, le sexe, etc. Dans la recherche, les données démographiques sont souvent considérées comme essentielles. Elles sont également souvent saisies de manière apparemment directe, sans que l'on se préoccupe vraiment des nuances à apporter lorsqu'il s'agit de demander à des personnes de partager des détails intimes sur elles-mêmes.

En matière de démographie, il est préférable de considérer si vous avez réellement besoin de recueillir ces informations pour votre consultation. Si elles sont jugées essentielles dans le contexte de votre consultation, faites attention au type de données démographiques que vous cherchez à obtenir.

Par exemple, les données démographiques traditionnelles de la recherche considèrent le sexe et le genre comme des binaires (homme ou femme). Cela dit, les perceptions du sexe et du genre ont évolué avec le temps à travers les cultures. Aujourd'hui, le sexe est lié à des facteurs biologiques et le genre (homme, femme, ou intersexué) à l'auto-identification (homme, femme, non-binaire et bi-spirituel<sup>36</sup>). Si la collecte de statistiques sur le genre est importante pour votre recherche, assurez-vous d'avoir des pratiques de collecte de données inclusives pour prendre en compte les personnes transgenres, non-binaires et bi-spirituelles.

De même, sachez que les données démographiques peuvent ne pas vous donner une image précise de la situation. Par exemple, les données sur le statut socio-économique peuvent fournir une représentation inexacte du revenu du ménage et de l'accès aux ressources par les différents membres d'une famille.

### Notes



# Explorez la ou les méthode(s) de recherche

Maintenant vient la partie amusante : explorer et sélectionner la ou les méthode(s) de recherche ! Cette méthodologie est basée sur trois méthodes de recherche complémentaires pour impliquer les participant-e-s :

1. **Des sondages** : Il s'agit d'une méthode de recherche utilisant une liste de questions pour collecter des données auprès d'un groupe de personnes particulier. Les sondages s'appuient sur des outils (numériques ou en version papier) pour collecter les réponses.
2. **Des groupes de discussion avec storytelling** : Il s'agit d'une méthode de recherche pour susciter la discussion dans un groupe. Les groupes de discussion fournissent un espace sécurisé pour que les participant-e-s puissent participer. Au sein d'un groupe de discussion, le storytelling est une activité où les participant-e-s utilisent des récits et des anecdotes pour décrire des idées.
3. **Entretiens** : Il s'agit d'une méthode de recherche utilisant la conversation pour collecter des données d'un participant à la fois. Les entretiens incluent souvent des questions ouvertes et des questions d'accompagnement du type « pourquoi » ou « comment ».

Vous pouvez choisir une, deux ou les trois méthodes pour votre consultation. Poursuivez votre lecture pour en savoir plus sur chaque méthode, pourquoi vous pourriez envisager de l'utiliser dans votre consultation, et ce qui la rend féministe.

Comme toute chose, le succès de ces méthodes dépend largement du temps et de la réflexion consacrés à leur conception. Prenez votre temps et concevez votre projet en fonction de la meilleure façon d'impliquer vos participant-e-s !



## Sondages



Si les anneaux d'un arbre représentent votre public cible, les anneaux violets indiquent le niveau de portée que vous pouvez attendre des réponses au sondages. Les sondages ont la plus grande portée des trois méthodes.

## Pourquoi se servir de sondages ?

Les **sondages**, qu'ils aient lieu sur les réseaux sociaux, par email, ou sur papier, sont de loin la méthode la plus innovante de cette méthodologie. Les sondages ont le potentiel de créer une dynamique amusante, informelle et agile entre les participant-e-s et votre équipe de recherche. Dans l'ensemble, les sondages sont une méthode de recherche rapide, simple et peu coûteuse qui nécessite souvent peu de ressources.

Les sondages, de par leur nature rapide, peuvent vous aider à identifier les sujets tendance qui intéressent vos participant-e-s. Ils peuvent être une option utile pour les participant-e-s qui ne peuvent pas s'engager dans d'autres méthodes de recherche qui nécessitent plus de temps. De plus, les sondages peuvent être des outils utiles en combinaison avec d'autres méthodes de recherche. Par exemple, vous pourriez créer un sondage de suivi pour accompagner vos groupes de discussion ou vos entretiens. Le contenu de ce sondage



peut porter sur les sujets abordés au cours de la session ou demander un retour d'information sur la session.

En fonction de votre sujet et de vos questions de recherche, vous pouvez choisir de concevoir un sondage simple comportant seulement trois à cinq questions. Vous pouvez aussi choisir de concevoir un sondage plus approfondi pour obtenir des informations plus détaillées. Les sondages peuvent être qualitatifs, quantitatifs ou un mélange des deux, ce qui signifie que votre créativité est la seule limite à ce que vous pouvez découvrir grâce à eux !

Il existe de nombreuses façons de créer un sondage :

- Sous forme de simple document comme une copie papier qui peut être facilement imprimée et distribuée aux participant-e-s. C'est particulièrement utile s'il y a des préoccupations concernant un accès limité ou inexistant à la technologie ou à la connectivité internet.
- Sur une plateforme de sondage en ligne (comme [SurveyMonkey](#)<sup>37</sup>, [Google Forms](#)<sup>38</sup>, etc.) où un lien numérique peut être copié pour être partagé avec les participant-e-s. Ce lien peut être envoyé par e-mail aux participant-e-s, publié sur une ou plusieurs plateformes de réseaux sociaux, ou partagé via des plateformes de messagerie.
- Directement sur une plateforme de réseaux sociaux avec une fonctionnalité « sondage » ou « question » pour engager vos abonnés ou la communauté en général. Cette approche est excellente pour engager des participant-e-s qui sont sur les réseaux sociaux. Notez que certaines plateformes telles que Facebook, Instagram, X (*anciennement Twitter*), Telegram et WeChat n'autorisent que les sondages à durée limitée.

Si vous souhaitez utiliser une plateforme sociale pour organiser un sondage, tenez compte des risques potentiels et des questions de sécurité. Pour plus de détails, consultez la section Sécurité en annexe. Nous recommandons de visiter directement les pages d'assistance de la plateforme pour évaluer si cela a du sens pour votre consultation.



## Zoom sur les réseaux sociaux

Dernières nouvelles ! Aujourd'hui, plus de la moitié de la population mondiale utilise les réseaux sociaux ! Les réseaux sociaux jouent un rôle important à l'échelle mondiale dans le divertissement et la communication en temps réel. Et il y a un nombre toujours croissant de plateformes. Les réseaux sociaux ont le pouvoir d'accroître la visibilité et de déclencher des mouvements de masse pour les questions de justice sociale.

### Le saviez-vous ?

Une étude menée par le [Qatar Computing Research Institute](#)<sup>39</sup> a mis en lumière un aspect spécifique de la situation des femmes dans les pays marqués par de fortes inégalités de genre. Ces femmes étaient plus susceptibles d'avoir une présence en ligne significative. Et ce, bien qu'elles soient confrontées à des inégalités de genre dans leur vie « réelle », hors ligne. Par exemple, les femmes au Pakistan avaient en moyenne plus d'abonnés sur Google+ (25 contre 16) et X (*Twitter*) (600 contre 222) que leurs homologues masculins.



Pour votre consultation, les réseaux sociaux peuvent vous aider à atteindre un public plus large et diversifié. Toutefois, il est crucial de reconnaître les limites des réseaux sociaux. L'accès à la technologie, à internet et aux plateformes de réseaux sociaux eux-mêmes peut constituer des obstacles majeurs. C'est particulièrement vrai pour les participant-e-s vivant dans des communautés rurales ou en tant que réfugié-e-s. Réfléchissez aux moyens d'éliminer les obstacles à l'accès lors de votre consultation. Par exemple, vous pouvez couvrir les frais d'internet pour les participant-e-s. Ou vous pourriez vous associer à une organisation qui peut donner accès à des appareils technologiques.



## Qu'est-ce qui rend les sondages féministes ?

### Sentiment d'anonymat

Selon la situation ou le contexte, il se peut que ce ne soit pas sûr pour les participant-e-s de partager ouvertement leurs opinions dans votre consultation. Un sondage offre l'anonymat aux participant-e-s pour répondre quand ils ou elles se sentent en sécurité ou à l'aise.

### Offre de commodité

Les participant-e-s peuvent jongler avec plusieurs priorités, que ce soit l'école, le travail ou la garde d'enfants. La possibilité de répondre à un sondage à leur propre rythme permet aux participant-e-s de choisir le moment qui leur convient le mieux pour partager leurs réflexions.

## Accroître les possibilités d'engagement des réseaux féministes

Les sondages sont facilement partageables. Cela signifie qu'ils ont un grand potentiel pour créer ou développer la consultation féministe au sein des communautés en ligne.

## Partage rapide et facile des résultats

Les sondages (surtout ceux en ligne) permettent souvent de compiler rapidement les résultats. Partager les résultats du sondage en temps utile peut être un excellent moyen de continuer à impliquer les participant-e-s dans votre consultation.

## Quels aspects pourriez-vous considérer lors de l'utilisation de cette méthode ?

Avant de choisir le sondage comme méthode de consultation, posez-vous quelques questions, ainsi qu'à votre équipe de recherche :

- Qui souhaitons-nous impliquer comme participant-e-s ? Quelles sont leurs données démographiques, psychographiques, comportements, localisation géographique, etc. ?
- Quelles sont les personnes susceptibles de rencontrer les plus grands obstacles à la participation à cette méthode ?
- Si les participant-e-s n'ont pas accès à internet, comment puis-je les atteindre ? Puis-je distribuer des copies papier du sondage ?
- Comment peut-on contacter les participant-e-s via les réseaux sociaux ? Dans ce cas, quelle(s) plateforme(s) utilisent les participant-e-s ? Quelle(s) langue(s) parlent-ils ou elles sur ces plateformes ?
- Qui pourrait se sentir plus à l'aise pour participer à un sondage en ligne ?



- Quel type de participant-e-s est le plus susceptible d'utiliser les réseaux sociaux ?
- Qui suit les comptes de réseaux sociaux que j'utiliserais pour partager le sondage ?
- Comment pourrais-je protéger les données et la confidentialité des répondants au sondage ?

### Considérations

- Expérimentez avec la longueur du sondage en fonction du nombre de questions et des types de questions. Par exemple, les participant-e-s peuvent prendre plus de temps pour répondre aux questions ouvertes. N'oubliez pas que la plupart des sondages sur les réseaux sociaux sont généralement des interactions courtes (ne dépassant pas 2 à 4 minutes). Cette courte durée est intentionnelle pour capter l'attention des participant-e-s avant qu'ils ne continuent à faire défiler les pages.
- Les participant-e-s pourraient se sentir plus à l'aise pour répondre aux questions par « oui » ou « non » en fonction de leurs compétences linguistiques et de leur contexte. Dans ce cas, vous pouvez choisir de poser des questions fermées pour un meilleur niveau de compréhension. Cela signifie que vous reconnaissez que les informations que vous recueillez peuvent ne pas être concluantes et qu'elles peuvent nécessiter des recherches supplémentaires.
- Si vous envisagez d'utiliser deux méthodes ou plus lors de votre consultation, vous souhaitez peut-être échelonner les méthodes. Envisagez de commencer par un sondage. Gardez les sondages ouverts jusqu'à ce que vous ayez terminé les sessions de groupes de discussion avec storytelling et/ou les entretiens.
- Selon le type de sondage que vous souhaitez utiliser, il peut être utile de réfléchir aux délais et à la capacité. Par exemple, l'utilisation d'un sondage sur papier peut nécessiter du temps pour transcrire

les réponses. Selon le nombre de sondages et la longueur des réponses, cela peut prendre un certain temps.

- Si la confidentialité et la protection des données sont une préoccupation, assurez-vous de consulter les politiques des plateformes que vous prévoyez d'utiliser pour le sondage. Ces politiques peuvent souvent changer. Découvrez également où les données sont stockées pour ces plateformes. Parfois, les données peuvent être stockées dans un autre pays !

### Astuces

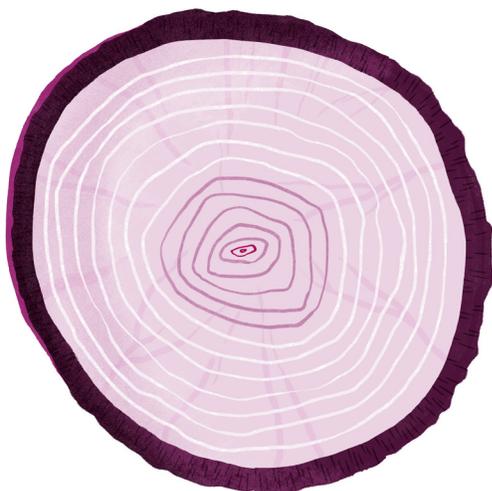
- Ayez quelques copies papier disponibles même si vous réalisez votre sondage en ligne. Les copies papier peuvent être utiles pour les participant-e-s ayant des problèmes d'accessibilité, ou ceux qui n'ont pas d'adresse e-mail ou de compte sur les réseaux sociaux.
- Utilisez des images ou des visuels dans votre sondage, surtout s'il existe des barrières linguistiques entre vous et les participant-e-s. Ces visuels peuvent aider à établir une connexion plus profonde et à créer une compréhension commune. Bien que cela puisse sembler trop simplifié, ces visuels peuvent avoir un impact considérable.

### Notes





## Groupes de discussion avec storytelling



Si les anneaux d'un arbre représentent votre public cible, les anneaux violets indiquent le niveau d'accessibilité que vous pouvez attendre d'une session de groupe de discussion.

### Pourquoi se servir des groupes de discussion avec storytelling ?

Les groupes de discussion avec storytelling sont une fusion entre un **groupe de discussion** et une session de **storytelling** pour créer un espace de consultation sûr pour les jeunes femmes. Avec un groupe relativement restreint de 5 à 6 participant-e-s, les sessions permettent à chacun et chacune d'avoir l'opportunité de parler et de participer. La véritable magie d'une session en groupe de discussion avec storytelling réside dans sa capacité à puiser dans la sagesse collective des participant-e-s. Cela permet d'allumer l'étincelle et d'inviter les discussions et les histoires à circuler librement.

Le storytelling, en tant qu'activité de partage de connaissances, est utilisé depuis des siècles dans de nombreuses cultures. Le storytelling est un outil puissant pour le dialogue. Il permet aux participant-e-s de raconter et de partager leurs histoires en tant qu'agents du changement social.

Les groupes de discussion avec storytelling sont conçus avec l'intention d'acquérir une compréhension profonde et complète des expériences individuelles et partagées. La nature ouverte des discussions lors de ces sessions peut favoriser un sentiment de camaraderie et d'appartenance parmi les participant-e-s.

### Qu'est-ce qui rend les groupes de discussion avec storytelling féministes ?

#### Création d'un environnement positif et stimulant

Les groupes de discussion avec storytelling permettent aux participant-e-s de façonner leur environnement. Au début de la session, les participant-e-s sont invité-e-s à partager ce dont ils ou elles ont besoin les uns des autres en créant des **accords communautaires**. Ces accords sont un outil consensuel pour guider leurs interactions pendant la séance. Il existe deux types d'accords : relationnel (comment les gens veulent être en relation les uns avec les autres) et opérationnel (procédures ou structures convenues à respecter). Ils décrivent comment chaque personne dans la session peut créer et maintenir un espace sûr et inspirant le courage. Ils rappellent les dynamiques de pouvoir en jeu, et comment ces dynamiques peuvent être rééquilibrées. Les accords communautaires donnent aux participant-e-s le plein contrôle de leur expérience lors de la session.

Les accords diffèrent des règles (directives strictes imposées ou appliquées par une autorité qui ne reflètent pas nécessairement la volonté des participant-e-s) et des normes (la façon dont nous nous comportons et sommes actuellement en relation les uns avec les autres).



## Utilise la facilitation sous forme de soutien

Le style de facilitation dans ces sessions est informel et non-directif. Il évite les hiérarchies traditionnelles et place le pouvoir entre les mains légitimes des participant-e-s. Le/la facilitateur-riche doit être une personne qui représente (ou connaît très bien) la communauté des participant-e-s.

## Promeut la diversité et l'équité

Les groupes de discussion avec storytelling célèbrent la diversité. Ces séances sont conçues pour reconnaître et valoriser les différentes expériences des participant-e-s. Dans ces sessions, les émotions sont considérées comme des clés pour déverrouiller notre compréhension de ce que signifie être humain. On encourage les participant-e-s à créer et à prendre de l'espace dans les conversations.

## Favoriser le partage des responsabilités

Tout le monde dans la session partage la **responsabilité** de respecter les accords de la communauté. Cela signifie que le/la facilitateur-riche et les participant-e-s créent et maintiennent un environnement sûr et inclusif.



Consultez le **guide de terrain des groupes de discussion avec storytelling** pour vous aider à concevoir votre session.

## Que pourriez-vous prendre en compte lors de groupes de discussion avec storytelling ?

Avant de choisir ces séances comme méthode pour votre consultation, posez-vous ainsi qu'à votre équipe de recherche quelques questions :

- L'implication des participant-e-s dans un groupe serait-elle la meilleure façon de répondre à ma (mes) question(s) de recherche ?
- Qui serait le plus susceptible d'assister à une session en groupes de discussion avec

storytelling ? Comment pourrais-je concevoir l'invitation afin d'articuler la valeur pour les participant-e-s ?

- Qui pourrait se sentir plus à l'aise pour participer à une session en groupes de discussion avec storytelling ? Comment puis-je concevoir la séance pour encourager la participation ?
- Quels pourraient être certains obstacles pour les participant-e-s ?
- Comment pourrais-je créer un environnement de groupe sûr et accueillant pour encourager une participation authentique ?
- Comment puis-je tirer des enseignements des sessions ?
- Comment puis-je encourager l'engagement continu après la session, si cela est approprié ?

## Considérations

- Les groupes de discussion avec storytelling nécessitent quelques rôles. Vous aurez besoin d'au moins un-e facilitateur-riche et d'un-e preneur-se de notes.
- Le nombre de facilitateurs est lié au nombre de participant-e-s. Par exemple, dans un grand groupe de 10 participant-e-s ou plus, envisagez de vous diviser en petits groupes. Chaque groupe de travail devrait avoir un-e facilitateur-riche dédié-e.
- Vous pouvez envisager d'enregistrer la session en plus de prendre des notes. Le but de l'enregistrement est d'aider à combler les lacunes éventuellement omises dans les notes. L'enregistrement ne doit pas être partagé au-delà de l'équipe de recherche. Le **consentement** des participant-e-s doit être obtenu avant l'enregistrement.
- Les sessions en groupes de discussion avec storytelling peuvent ne pas être appropriées ou accessibles pour les participant-e-s. Proposez à ces participant-e-s d'autres moyens de s'engager (comme un sondage ou un entretien).

- Les groupes de discussion peuvent catalyser des liens entre les participant-e-s qui perdurent au-delà de la consultation. Ces séances peuvent inspirer les femmes à continuer à se partager et à se soutenir mutuellement. Cette connexion continue peut continuer à fournir des données et des informations importantes pour votre recherche.

### Astuces

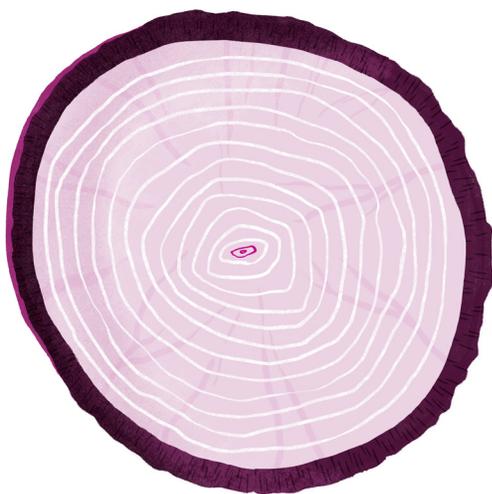
- Faites preuve de créativité et amusez-vous en concevant votre activité de storytelling ! Incluez des pratiques créatives telles que des photos, des chansons, du tissage, l'écriture d'histoires, du dessin ou de l'improvisation. Les pratiques créatives peuvent rendre le processus plus informel et attrayant. Le [modèle de storytelling](#) est un point de départ.
- Encouragez les participant-e-s à s'exprimer à la première personne et à parler de leurs propres expériences. Cela aide à créer un environnement inclusif et respectueux.

## Notes





## Entretiens



Si les anneaux d'un arbre représentent votre public cible, les anneaux violets indiquent le niveau de portée que vous pouvez attendre des entretiens. Les entretiens ont la portée la plus faible des trois méthodes.

### Pourquoi utiliser des entretiens ?

Les entretiens sont tous axés sur des conversations profondes. Les entretiens se déroulent avec un participant à la fois pour comprendre leurs idées, opinions et expériences. La nature individuelle d'un entretien crée un espace sûr pour un participant. C'est particulièrement utile pour les participant-e-s qui pourraient être mal à l'aise de s'exprimer en groupe.

Pour cette méthodologie, les entretiens sont **semi-structurés**. Cela signifie que les entretiens suivent un guide flexible de questions prédéterminées. Il est conseillé de suivre le flux de conversation naturel lors d'un entretien. Les questions prédéterminées peuvent donner naissance à de nouvelles questions et inciter les participant-e-s à approfondir leurs réponses.

### Qu'est-ce qui rend les entretiens féministes ?

#### Découvrir des perspectives approfondies

Le cadre intime et individuel d'un entretien permet des conversations plus approfondies. Cela permet aux participant-e-s de partager des perspectives approfondies pour développer la recherche.

#### Encourager l'authenticité

Les entretiens peuvent avoir un impact fort lorsque l'intervieweur comprend l'**intersectionnalité**. Des conversations authentiques se produisent lorsque les participant-e-s se sentent vu-e-s, entendu-e-s et valorisé-e-s. Un-e interlocuteur-riche réfléchi-e aide les participant-e-s à se sentir à l'aise pour partager avec honnêteté et vulnérabilité.

#### Garantir l'inclusion

La nature individuelle d'un entretien crée un espace sûr pour un participant. Cette intimité tranquille est essentielle pour certains.

#### Promouvoir la sécurité et l'anonymat

Les entretiens sont utiles pour impliquer les participant-e-s qui souhaitent rester anonymes. Dans certaines cultures et régions, les participant-e-s peuvent être plus disposé-e-s à participer à votre consultation en sachant que leur identité est protégée.

#### Donner la priorité à l'adaptation en temps réel

La vie suit son cours pendant qu'on est occupé à faire d'autres projets. Un entretien semi-structuré offre le meilleur des deux mondes. Il fournit des orientations tout en encourageant l'interlocuteur-riche à adapter les questions.





Consultez le **guide de terrain de l'entretien** pour vous aider à concevoir votre entretien.

## Quels sont les éléments à prendre en compte lors de l'utilisation des entretiens ?

Avant de choisir les entretiens comme méthode de consultation, posez-vous quelques questions, ainsi qu'à votre équipe de recherche :

- Certain-e-s participant-e-s sont-ils ou elles plus enclin-e-s à préférer ou à se sentir plus à l'aise dans un entretien ?
- Quelles sont les personnes susceptibles de rencontrer les plus grands obstacles à la participation à cette méthode ?
- Où est l'endroit le plus approprié, accessible et privé pour organiser l'entretien ?
- Comment pourrais-je collecter des données pendant l'entretien tout en maintenant une bonne relation avec le ou la participant-e ?

### Considérations

- Vous pouvez envisager d'enregistrer les entretiens en plus de prendre des notes. Le but de l'enregistrement est d'aider à combler les lacunes éventuellement omises dans les notes. L'enregistrement ne doit pas être partagé au-delà de l'équipe de recherche. Le consentement des participant-e-s doit être obtenu avant l'enregistrement. Les entretiens permettent d'exploiter les informations recueillies par d'autres méthodes. Par exemple, vous pourriez inviter des participant-e-s spécifiques de la session de groupes de discussion avec storytelling à participer à un entretien. L'entretien peut être un moyen efficace de recueillir des informations supplémentaires sur les idées partagées lors de la session.
- Soyez conscient du temps alloué pour votre entretien pour vous aider à décider du type et de la quantité de questions à poser.

### Astuces

- N'hésitez pas à prendre quelques minutes pour discuter avec votre participant avant de commencer l'entretien. Cela peut aider à instaurer un ton informel pour l'entretien.
- Généralement, 10 à 12 questions conviennent pour un entretien d'une heure. Vous aurez ainsi le temps de donner une vue d'ensemble du projet de recherche, de décrire le processus, de parler de la confidentialité et d'obtenir le consentement des personnes concernées avant de poser vos questions.

### Notes





## Étape 3 : Mettre en Oeuvre

Avec le temps, les semis germent et apparaissent en surface, donnant vie à votre consultation.

La troisième étape de la méthodologie de consultation féministe est la mise en œuvre. C'est à cette étape que votre consultation prend vie ! C'est ici que vous attirez les participant·e·s et que vous commencez à les impliquer dans vos méthodes de recherche.

« Merci à la YWCA Mondiale d'avoir lancé cette initiative et d'avoir créé un espace sûr pour que les jeunes femmes puissent s'approprier le processus. »



Nirmala Gurung,  
Népal

### Rechercher des participant·e·s

Cette méthodologie consiste à placer les jeunes femmes au centre de votre consultation. Vous pourriez avoir envie de trouver des participant·e·s et de commencer immédiatement. Il est probable que vous ayez déjà identifié un échantillon représentant la communauté de personnes avec qui vous souhaitez interagir. Cela dit, il est important de faire preuve de réflexion lorsqu'il s'agit de rechercher des participant·e·s.

### Créez de l'enthousiasme et de l'intérêt

Pour que les jeunes femmes participent de manière significative à votre consultation, elles doivent d'abord comprendre en quoi elle consiste, pourquoi elle est importante et comment vous prévoyez de la réaliser. À partir de là, elles peuvent décider si elles sont prêtes à participer et donner leur consentement. Votre objectif est que les jeunes femmes soient enthousiastes et intéressées à participer à votre consultation !

Lors de la recherche de participant·e·s, assurez-vous de partager :

- L'avantage ou la valeur pour le ou la participant·e. Expliquez clairement pourquoi leur participation est essentielle à la recherche. Communiquez tous



les détails des avantages obtenus en participant (par exemple, des opportunités de renforcement des capacités, etc.).

- La ou les question(s) de recherche ou sujet(s). Aidez les participant·e·s à comprendre le type de questions qui pourraient leur être posées.
- Le processus de recherche, les délais et la logistique. Instaurez la confiance en informant les participant·e·s à quoi s'attendre lors du processus de consultation.
- Toute aide que vous pouvez offrir pour soutenir leur participation (par exemple, couvrir les frais d'internet, fournir un repas pendant les groupes de discussion, etc.).
- Comment elles peuvent vous contacter pour poser des questions ou demander des éclaircissements.

## Invitations ciblées ou générales

Il y a généralement deux façons de chercher des participant·e·s. Vous pouvez utiliser l'une ou les deux méthodes en fonction du contexte de votre consultation :

1. **Invitations ciblées** : Contactez directement les participant·e·s potentiel·le·s par e-mail, message texte ou message direct sur les réseaux sociaux. Vous pourriez contacter des personnes que vous connaissez de vos engagements passés ou de nouvelles personnes. Consultez le [modèle d'invitation](#).
2. **Appel général à la participation** : Partagez des messages publics pour trouver des participant·e·s. Consultez le [modèle de publicité](#).

- Envisagez de demander aux participant·e·s précédent·e·s de prendre part à une méthode de recherche différente. Par exemple, les participant·e·s de vos groupes de discussion avec storytelling pourraient être disposé·e·s à partager plus de détails lors d'un entretien.
- Selon la recherche, vous pouvez envisager de vous associer à une organisation pour impliquer des participant·e·s ou engager des organisations qui sont alignées avec le travail pour parrainer le projet.

## Astuces pour promouvoir votre consultation

- Assurez-vous que votre appel à des participant·e·s tient compte de la langue du contexte local. Cette sensibilité prépare le terrain pour ce à quoi les participant·e·s peuvent s'attendre. Un langage réfléchi peut également jouer un rôle en garantissant que leur participation n'entraînera pas la perpétuation du préjudice.
- S'il s'agit d'une rencontre en personne, invitez les participant·e·s à demander les aménagements dont ils ou elles pourraient avoir besoin en fonction de leurs capacités ou de leurs handicaps. Assurez-vous que votre équipe de recherche est en mesure de faire les aménagements appropriés si demandé.
- Faites la promotion de votre consultation en fonction de l'endroit où vos participant·e·s potentiel·le·s la verront. Par exemple, faites la promotion sur les plateformes de réseaux sociaux les plus couramment utilisées par votre population cible. Ou partagez sur des applications de messagerie telles que WhatsApp, Telegram, ou par messages textes. Utilisez de nombreux canaux différents pour atteindre un plus grand



nombre de personnes (par exemple, les réseaux sociaux, le forum de l'école ou de l'université, le tableau d'affichage du centre communautaire, une émission de radio, etc.).

**Les canaux que vous utilisez pour la promotion peuvent avoir certains abonnés ou followers. Gardez en tête les conflits d'intérêts potentiels pour les participant·e·s ciblé·e·s ou le sujet de votre recherche et faites preuve de diligence.**

- Commencez à faire connaître votre consultation bien à l'avance. Pour les sondages, faites-en la publicité une semaine à l'avance. Cela peut être efficace pour susciter de l'intérêt sans être si éloigné dans le temps que les participant·e·s l'oublient. Pour les groupes de discussion, faites-en la publicité quelques semaines à l'avance pour donner beaucoup de temps aux participant·e·s.
- Créer un seul post et le partager plusieurs fois ne vous mènera pas très loin. Au lieu de cela, créez et partagez différents messages à différents moments pour atteindre différents publics.
- Précisez vos attentes en matière de temps. Par exemple, informez les participant·e·s potentiel·le·s du temps nécessaire pour remplir un sondage ou participer à un groupe de discussion.
- Mettez en évidence la ou les date(s) et la durée de disponibilité pour chaque activité de recherche. Par exemple, indiquez les dates d'ouverture et de clôture du sondage, ou la date à laquelle vous commencerez vos entretiens. Cherchez des allié·e·s ou des partenaires pour obtenir du soutien dans la recherche de participant·e·s. Demandez-leur de partager vos messages à travers leurs réseaux. Demandez-leur d'utiliser les mêmes hashtags et de taguer votre compte pour amplifier la portée. Pensez à des moyens innovants de collaborer et de vous associer. Par exemple, vous pourriez prendre le contrôle d'un compte partenaire sur les réseaux sociaux.

- Cherchez des allié·e·s ou des partenaires pour obtenir du soutien dans la recherche de participant·e·s. Demandez-leur de partager vos appels à participer à travers leurs réseaux. Demandez-leur d'utiliser les mêmes **hashtags** et de taguer votre compte pour amplifier la portée. Pensez à des moyens innovants de collaborer et de vous associer. Par exemple, vous pourriez prendre le contrôle d'un compte partenaire sur les réseaux sociaux.
- Connectez-vous avec des influenceurs locaux ou des personnes qui interagissent avec leurs communautés sur les réseaux sociaux pour vous aider à élargir votre portée. Demandez-leur de rediriger les personnes qui les suivent vers votre consultation. N'oubliez pas d'assurer un espace sûr lorsque vous partagez avec des cercles plus larges.
- Faites la promotion en continu jusqu'à la veille de la fermeture du sondage. Cela aide à recruter des participant·e·s et rappelle à ceux et celles qui ont suivi vos publications de participer tant qu'ils ou elles le peuvent encore.
- Utilisez des liens clairs et/ou des hyperliens lorsque c'est possible pour faciliter la compréhension et le suivi de chaque élément de votre appel à l'action par le lecteur.
- Envisagez de surveiller ou de suivre les détails des participant·e·s potentiel·le·s pour vous assurer qu'il ne s'agit pas de faux comptes ou de **trolls**. Si vous travaillez avec des partenaires et des allié·e·s, envisagez de demander à leurs gestionnaires de comptes de réseaux sociaux de partager toutes données ou commentaires pertinents qu'ils reçoivent.



# Donner vie à la (aux) méthode(s) de recherche

Il est temps de donner vie à votre (vos) méthode(s) de recherche ! Utilisez les [modèles de guide de terrain](#) pour planifier et organiser la logistique et les détails de votre ou vos méthode(s) sélectionnée(s).

Quelle que soit la ou les méthode(s) que vous choisissez, vous devrez prendre certaines décisions. Voici quelques points à discuter avec votre équipe de recherche :

## À distance ou en personne



Quelle approche devriez-vous utiliser pour cette méthode : à distance ou en personne (pour les sondages, s'agira-t-il d'un sondage sur papier) ? Si vous menez une recherche à distance, utilisez des plateformes technologiques qui ont du sens pour vos participant-e-s.

## Emplacement



Où devriez-vous organiser la session ? Certaines localisations physiques peuvent faire remonter des sentiments négatifs ou des souvenirs pour certains participant-e-s. Par exemple, de nombreuses personnes LGBTQ+ peuvent avoir des expériences négatives avec les institutions religieuses.



## Aménagement de l'espace

Comment devriez-vous aménager l'espace ? Dans certains contextes, une configuration de type conférence peut être appropriée. Cela dit, dans d'autres contextes, cela peut renforcer la hiérarchie entre le/la chercheur-se et/ou le/la facilitateur-riche et les participant-e-s. Pour un groupe de discussion, s'asseoir sur le sol en cercle peut réduire la hiérarchie implicite et mettre tout le monde sur un même pied d'égalité. Pour les entretiens, le fait de placer l'interlocuteur-riche et le ou la participant-e côte à côte peut éliminer la barrière que représente une table.

## Accessibilité



Comment pouvez-vous répondre aux besoins en matière d'accessibilité ? Encouragez les participant-e-s à communiquer les aménagements nécessaires pour leur participation. Prenez en compte les moyens de veiller à l'accessibilité, par exemple, inclure du texte alternatif sur les images utilisées dans votre sondage. Vous pouvez également réfléchir au type de musique, à l'éclairage et à la technologie utilisés lors de votre groupe de discussion ou de votre entretien.

## Sécurité



Comment pouvez-vous créer un espace sûr ? Assurez-vous de suivre les [Directives sur les espaces sûrs de la](#)



[YWCA Mondiale](#)<sup>40</sup> pour créer un environnement sûr et respectueux pour les espaces physiques et virtuels/en ligne.

## Dynamiques relationnelles



Quelles dynamiques de pouvoir pourraient être en jeu ? Pensez à qui d'autre pourrait être dans la pièce (par exemple, un preneur de notes) pendant votre session. Préparez des moyens que vous pourriez utiliser pour combler certains déséquilibres de pouvoir potentiels.

## Chronométrage



Quand devriez-vous appliquer cette méthode ? En fonction des besoins des participant-e-s, choisissez des dates et des heures qui conviennent à la plupart d'entre eux ou elles. Par exemple, évitez les activités de recherche pendant les périodes chargées pour vos participant-e-s (par exemple, le début de l'année scolaire pour les étudiant-e-s) ou à des moments où ils ou elles ne sont pas disponibles (par exemple, les heures de jour pour les étudiant-e-s). Faites attention aux horaires qui conviennent à certains mais pas à toutes et tous. Par exemple, les sessions en soirée peuvent être idéales pour les étudiant-e-s mais peuvent être difficiles pour les jeunes parents. Dans ce cas, envisagez de fournir une garde d'enfants, ou d'organiser des sessions à différents horaires pour offrir de la flexibilité à vos participant-e-s. Selon l'heure de la session, vous pouvez envisager de fournir des repas et des rafraîchissements.

## Flux



Comment devriez-vous organiser le flux de questions et d'activités pour cette méthode ? Commencez les sondages avec quelques questions faciles avant de vous plonger dans le vif du sujet. Terminez ensuite par des questions moins importantes au cas où le répondant ne terminerai pas le sondage. Pour les groupes de discussion, commencez par une activité brise-glace pour aider les participant-e-s à se connaître. Pour les entretiens, commencez par des questions faciles pour vous introduire dans la conversation et instaurer la confiance.

## Remerciements



Comment devriez-vous remercier les participant-e-s pour leur contribution ? Vous pourriez partager des messages de remerciements individuels, ou un message public. Si vous offrez des honoraires aux participant-e-s, vous pouvez inclure les détails dans le message de remerciement.

## Notes





## Sondages

### Préparer le guide de collection des données des sondages

Le [guide de collection des données](#) est un outil pour organiser les questions et les réponses pour votre sondage. Il décrit les instructions de collecte de données, les responsabilités de l'équipe de recherche et les questions pour le sondage. Passez le guide en revue avec l'équipe de recherche pour vous assurer que tout le monde est d'accord.

### Valider et affiner

Validez vos guides de terrain et outils de collecte de données en les testant. Vérifiez si elles ont du sens et répondent aux besoins de votre recherche. Consultez la section [Validation](#) ci-dessous pour plus de détails.

### Choisissez la plateforme la plus appropriée

Choisissez une plateforme de sondage après avoir recherché et évalué les options disponibles. Votre objectif est de sélectionner une plateforme pour vous aider à atteindre le plus grand nombre de participations tout en respectant les besoins en matière de confidentialité et de sécurité. La plateforme que vous avez sélectionnée devrait être celle qui est la plus probablement utilisée par votre population cible et/ou celle qui est la plus couramment utilisée dans votre région. (Vous pouvez consulter la [carte mondiale des réseaux sociaux](#)<sup>41</sup> pour trouver les réseaux sociaux les plus utilisés par pays.)

Cela dit, demandez toujours aux co-chercheur·se·s et/ou aux participant·e·s potentiel·le·s de vous indiquer les plateformes qui ont leur préférence. Par exemple, il peut y avoir des contextes où certaines plateformes sont restreintes pour certain·e·s participant·e·s et/ou la connexion internet est instable. Dans ces cas-là, envisagez d'explorer d'autres alternatives comme un sondage papier.

### Sélectionnez l'administrateur·rice de sondage

Identifiez qui dans l'équipe de recherche est responsable de la création du sondage sur la plateforme prédéterminée. Généralement, vous avez besoin d'un·e administrateur·rice pour gérer et surveiller le sondage. Si vous partagez celui-ci sur les réseaux sociaux, il peut être bénéfique d'avoir une personne supplémentaire en tant que collaborateur·rice.

Un·e bon·ne administrateur·rice de sondage :

- Comprend les objectifs de la recherche.
- Note les besoins des participant·e·s et la manière de les soutenir au mieux.
- Connait les moyens appropriés pour communiquer avec les participant·e·s afin de répondre aux questions.
- A un accès fiable à la technologie nécessaire pour gérer et surveiller le sondage.

### Choisissez le compte pour créer le sondage

Créez le sondage en utilisant un compte avec assez d'abonnés et assez d'engagement<sup>42</sup>. Si le compte n'a pas assez d'abonnés, vous pouvez chercher des alliés ou des comptes partenaires prêts à partager votre sondage avec leurs abonnés pour aider à augmenter la portée.

**Le taux d'engagement moyen sur Instagram pour un compte d'organisation est de 2 %, et c'est plus élevé que sur les autres réseaux sociaux !**  
**Donc, par exemple, si vous voulez engager 40 participant·e·s, le compte que vous utilisez devrait avoir au moins 2000 followers.**



## Confirmez la mise en ligne du sondage

Sélectionnez le(s) jour(s) et l'heure(s) pour publier le sondage, ainsi que la durée pendant laquelle il restera ouvert. Considérez quand les participant-e-s sont le plus susceptibles d'être disponibles pour répondre à celui-ci. Cela peut être plus facile si votre consultation est locale ou régionale. Si le sondage est ouvert au monde entier, assurez-vous de le laisser ouvert suffisamment longtemps pour permettre la participation quel que soit le fuseau horaire.

## Construisez et testez le sondage

Utilisez le [guide de collection des données](#) comme carte pour construire votre sondage sur la plateforme sélectionnée. Vous pouvez envisager de rechercher des tutoriels sur la manière d'utiliser au mieux la plateforme et de maximiser les fonctionnalités disponibles. Partagez le sondage avec votre équipe de recherche ou vos partenaires pour le tester et trouver d'éventuelles erreurs avant la publication.



## Publier le sondage

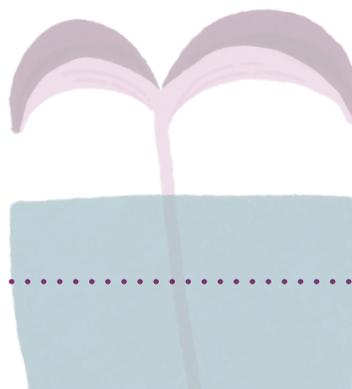
Le moment excitant est enfin arrivé : le sondage peut enfin être publié ! Partagez le sondage en le publiant sur une ou plusieurs plateformes de réseaux sociaux, en l'envoyant par courrier électronique aux participant-e-s ou en le partageant par l'intermédiaire de plateformes de messagerie. Assurez-vous que l'administrateur-riche de sondage est disponible pour répondre aux

questions ou résoudre les problèmes rencontrés par les participant-e-s.

## Clôturer le sondage et partager les premiers résultats

Une fois la période de publication de votre sondage passée, vous devrez peut-être le clore vous-même (en fonction de la plateforme choisie). À ce moment, vous pouvez envisager de partager les premiers résultats avec les participant-e-s et/ou de les rendre publics. N'oubliez pas de respecter la confidentialité lors de la diffusion des résultats (par exemple, en brouillant ou en cachant les noms des participant-e-s). Certaines plateformes comme Instagram vous permettent d'afficher les résultats du sondage sous forme de pourcentages et de les partager facilement sur votre compte.

C'est à votre équipe de recherche qu'il revient de décider quand et comment vous communiquerez les résultats du sondage. N'oubliez pas qu'il est important de considérer les avantages du partage des résultats d'un point de vue féministe. Dans cette méthodologie, il est bon d'impliquer les participant-e-s dans l'analyse et/ou le partage des résultats. Cette implication favorise l'engagement et réduit la distance entre les participant-e-s et les chercheur-se-s. Le fait d'impliquer les participant-e-s dans l'interprétation et le partage des résultats est une preuve de respect. C'est une petite manière d'instaurer la confiance et d'encourager la participation à des engagements futurs.





## Groupes de discussion avec storytelling

### Préparez le guide de collection des données des groupes de discussion avec storytelling

Le **guide de collection des données** est un outil permettant de planifier et d'organiser les détails de votre séance de groupe de discussion avec storytelling. Ce guide doit être utilisé tout au long de la session de groupe de discussion en tant qu'outil de soutien pour le(s) facilitateur-riche-s. Ce guide préserve l'intégrité des objectifs de la recherche tout en permettant aux idées d'émerger au cours de la session. Passez le guide en revue avec l'équipe de recherche pour vous assurer que tout le monde est d'accord.

### Validez et affinez

Validez vos guides de terrain et outils de collecte de données en les testant. Vérifiez si elles ont du sens et répondent aux besoins de votre recherche. Consultez la section **Validation** ci-dessous pour plus de détails.

### Sélectionnez l'équipe

Une session de groupe de discussion avec storytelling nécessite un-e facilitateur-riche et un-e preneur-se de notes. Vous pouvez également prévoir une personne pour enregistrer (le cas échéant et si vous avez l'accord des participant-e-s).

### Le/la facilitateur-riche

Un-e facilitateur-riche est une personne qui guide un groupe au cours d'une discussion. Un-e facilitateur-riche qui suit les principes féministes est conscient-e des privilèges et de la dynamique du pouvoir. Il ou elle est issu-e de la communauté des participant-e-s et n'a pas de pouvoir significatif sur ces dernier-e-s. Il ou elle s'assure que les participant-e-s sont les propriétaires légitimes de la session. Il ou elle collabore avec les participant-e-s pour créer un espace sûr.

Le rôle du/de la facilitateur-riche consiste notamment à :

- Co-créer un lieu sûr avec les participant-e-s. Respecter et célébrer collectivement la diversité en reconnaissant que les participant-e-s ont des perceptions différentes de la réalité et que toutes sont également valables.
- Orienter la conversation pour qu'elle reste conforme à l'objectif de la consultation.
- Veiller à ce que la session soit ancrée dans un dialogue respectueux et empathique.
- Mettre de côté les opinions personnelles pour éviter d'influencer, de mettre en évidence ou de faire taire des voix.
- Prendre conscience de soi pour avoir des conversations courageuses. Si vous vous sentez à l'aise, soyez vulnérable et partagez vos expériences personnelles pour inviter les autres à faire de même. Les conversations honnêtes peuvent d'abord être inconfortables, mais elles peuvent aussi être l'occasion de renforcer et d'approfondir les liens de manière profonde.
- Intervenir, si nécessaire, pour s'assurer que chacun a suffisamment de temps pour s'exprimer et/ou poser des questions.
- Répondre aux signes d'inconfort et/ou mettre fin au manque de respect ou à l'agression en faisant preuve de calme.
- Contrôler les niveaux d'engagement du groupe et raviver l'énergie si nécessaire. Par exemple, en posant une question alternative, en suggérant une pause, en proposant un exercice de respiration, etc.
- Se familiariser avec les objectifs de la recherche, le questionnaire et le guide de terrain avant la session, et procéder à des ajustements (si nécessaire) en temps réel pendant la session.



## Le/la preneur-se de notes

Le/la preneur-se de notes (parfois appelé-e scribe) est un-e observateur-riche passif-ve qui capture les discussions d'une session. Il peut s'agir d'un-e bénévole ou d'une personne choisie par les participant-e-s et/ou les co-chercheur-se-s. Il ou elle est chargé-e d'enregistrer la conversation après avoir obtenu le consentement de chacun.

## Définir la taille de la session

La taille de la session dépend de plusieurs facteurs. Veillez à prendre en compte le nombre de participant-e-s, le nombre de sessions que vous souhaitez organiser, la disponibilité de l'équipe de recherche et l'expérience ou le niveau d'aisance du/ de la facilitateur-riche. Par exemple, un-e facilitateur-riche compétent-e peut généralement organiser une conversation intéressante entre 10 et 12 personnes. Un-e facilitateur-riche qui commence à acquérir de l'expérience ne sera peut-être pas aussi à l'aise pour diriger de grandes conversations. Dans ce cas, il peut être bénéfique de commencer avec un groupe plus petit et plus intime de 3 à 4 participant-e-s. Adaptez la taille de la session pour que toutes les personnes présentes se sentent bienvenues, valorisées et impliquées.

## Confirmez l'aspect logistique de la session

Décidez du lieu, de l'heure et de la date de la séance de groupe de discussion. N'oubliez pas de prendre en compte les besoins de vos participant-e-s et de votre équipe de recherche.

## Confirmez les participations

Envisagez de mettre en place un calendrier partagé pour gérer les réservations des participant-e-s. Veillez à contacter les participant-e-s quelques jours à l'avance pour confirmer leur présence et leur rappeler les détails importants tels que l'heure et le lieu.

## Présidez la session

Le moment excitant est enfin arrivé : le groupe de discussion avec storytelling peut enfin avoir lieu ! Accueillez les participant-e-s et assurez-vous que tous les membres de l'équipe de recherche sont à l'aise dans leur rôle de facilitateur-riche, de preneur-se de notes, etc.

## Reconnaissez un territoire ou une terre

Envisagez de consacrer du temps, au début de la session, à la reconnaissance de ceux qui nous ont précédés et de ceux qui gèrent la terre et les territoires, si cela s'applique à votre région. Rendre hommage au début de chaque engagement est une manière réfléchie de montrer votre engagement en faveur de la réconciliation et d'encourager les conversations sur l'histoire du colonialisme. Nous vous recommandons de consulter des ressources telles que [Native Land](#)<sup>43</sup> pour en savoir plus sur l'histoire et le caractère sacré de votre région. Les reconnaissances de territoires ou de terres sont concises et souvent individualisées. Par exemple, « Je tiens à reconnaître que nous nous trouvons sur le territoire traditionnel de [nom de la nation] ». <sup>44</sup>

### Apprendre à partir d'un exemple concret

Voici comment l'Australie rend hommage aux gardiens traditionnels de la terre sur laquelle se déroule l'événement, par le biais de trois types de reconnaissance du pays<sup>45</sup>.





## Entretiens

### Préparer le guide de collection des données des entretiens

Le **guide de collection des données** est un outil permettant de planifier et d'organiser les détails de votre entretien. Ce guide doit être utilisé tout au long de l'entretien comme un outil de soutien pour l'interlocuteur-riche et le/la preneur-se de notes. Ce guide préserve l'intégrité des objectifs de la recherche tout en permettant aux idées d'émerger au cours de la conversation. Passez le guide en revue avec l'équipe de recherche pour vous assurer que tout le monde est d'accord.

### Valider et affiner

Validez vos guides de terrain et outils de collecte de données en les testant. Vérifiez si elles ont du sens et répondent aux besoins de votre recherche. Consultez la section **Validation** ci-dessous pour plus de détails.

### Sélectionner l'équipe

Un entretien nécessite un intervieweur et un preneur de notes.

### L'interlocuteur-riche

Un-e interlocuteur-riche est une personne qui mène une conversation intime avec un seul participant à la fois. Un-e interlocuteur-riche qui suit les principes féministes est conscient-e des privilèges et de la dynamique du pouvoir. Il ou elle est issu-e de la communauté du/de la participant-e et n'a pas de pouvoir significatif sur lui ou elle. Son rôle est de s'assurer que le ou la participant-e se sente à l'aise et en sécurité pour partager des idées significatives au cours de l'entretien.

L'interlocuteur-riche veille notamment à :

- Donner un ton accueillant à l'entretien afin que le ou la participant-e se sente écouté-e et valorisé-e.
- Poser une question à la fois et laisser à la personne le temps de réfléchir à sa réponse.
- Utiliser des techniques d'écoute active pour faire preuve de respect et d'intérêt. Par exemple, avec des signaux non verbaux tels que le hochement de tête et le contact visuel. Ou des indices verbaux tels que de brèves affirmations comme « Je vois », « Je comprends » et « Merci ».
- Reconnaître les émotions et permettre aux participant-e-s de les exprimer.
- Donner suffisamment de temps à la personne pour développer et donner des exemples.
- Mettre de côté les opinions personnelles pour ne pas influencer, détourner ou étouffer l'expression des participant-e-s.
- Avoir confiance en soi et, si l'occasion se présente, être vulnérable et partager ses expériences personnelles pour inviter les autres à faire de même. Les conversations honnêtes peuvent d'abord être inconfortables, mais elles peuvent aussi être l'occasion de renforcer et d'approfondir les liens de manière profonde.
- Observer le langage corporel du participant pour s'assurer qu'il est à l'aise. Reconnaître les signes de fatigue ou de dissociation, comme le fait que le ou la participant-e regarde son téléphone ou croise les bras.



- Poser des questions pivotantes, si nécessaire, pour aborder des sujets difficiles en recentrant les questions sur les points de discussion du guide d'entretien. L'objectif de ces questions est de terminer chaque réponse de manière positive et de compléter le débat.
- Se familiariser en avance avec les objectifs de la recherche, le questionnaire et le guide de terrain, et procéder à des ajustements (si nécessaire) en temps réel pendant l'entretien.
- Savoir quand mettre fin à l'entretien (un entretien dure généralement entre 45 minutes et une heure au maximum). Cela dit, un entretien peut aussi être beaucoup plus court ! Lorsque vous estimez avoir obtenu des réponses complètes, n'hésitez pas à mettre fin à l'entretien et à demander aux participant-e-s s'ils ou elles ont quelque chose à ajouter ou des questions à vous poser.

### **Le/la preneur·se de notes**

Le rôle du ou de la preneur·se de notes (parfois appelé·e scribe) est d'observer passivement et d'enregistrer les discussions de l'entretien. Il peut s'agir d'un·e bénévole ou d'une personne choisie par les participant-e-s et/ou les co-chercheur·euse·s. Il ou elle est chargé·e d'enregistrer la conversation après avoir obtenu le consentement des participant-e-s.

### **Confirmez l'aspect logistique de l'entretien**

Décidez du lieu, de l'heure et de la date de l'entretien. N'oubliez pas de prendre en compte les besoins de vos participant-e-s et de votre équipe de recherche. Si vous réalisez plusieurs entretiens à la suite les uns des autres le même jour, prévoyez une période tampon au cas où vous auriez besoin d'une pause.

Lors de la planification de l'endroit, on peut envisager un entretien en marchant. L'entretien en marchant est exactement comme son nom l'indique : il s'agit de

mener l'entretien tout en se promenant ensemble. Selon le contexte, la personne pourra se sentir plus à l'aise. Notez que l'une des difficultés de l'entretien en marchant est de ne pas pouvoir se référer à son guide d'entretien et de prendre des notes.

### **Confirmez les participations**

Envisagez de mettre en place un calendrier partagé pour gérer les réservations des entretiens. Veillez à contacter les participant-e-s quelques jours à l'avance pour confirmer leur présence et leur rappeler les détails importants tels que l'heure et le lieu.

### **Présidez l'entretien**

Le moment excitant est enfin arrivé : l'entretien peut enfin avoir lieu ! Accueillez les participant-e-s et assurez-vous que tous les membres de l'équipe de recherche sont à l'aise dans leur rôle d'interlocuteur·rice, de preneur·se de notes, etc.



# Valider pour voir ce qui fonctionne

## Qu'est-ce que la validation ?

La validation est l'action de tester ou de vérifier à l'avance avant de mettre en œuvre votre (vos) méthode(s) de recherche. La validation vous permet de savoir si les questions choisies pour votre sondage, votre groupe de discussion avec storytelling et/ou votre entretien seront comprises par les participant-e-s potentiel-le-s dans leur contexte. La validation permet de surmonter un problème courant dans le domaine de la recherche : les personnes interrogées interprètent parfois mal les questions.

Si les outils de collecte de données ont été traduits dans différentes langues, il est important d'évaluer la traduction. Voyez s'il existe des mots sans traduction équivalente, ou des mots ayant une équivalence sémantique mais représentant des concepts légèrement différents.

## Pourquoi valider ?

Le fait de prendre le temps de valider maintenant peut vous épargner bien des soucis par la suite. La validation peut vous aider, vous et votre équipe de recherche, à :

- Veiller à ce que les questions soient claires, appropriées (par exemple, exemptes d'hypothèses) et conformes aux objectifs de la recherche.
- Identifier les formulations ambiguës et/ou les problèmes linguistiques dans différents contextes.
- Se faire une idée de la façon dont les participant-e-s pourraient réagir.

- Souligner les possibilités d'amélioration afin de minimiser les risques de confusion ou de malaise parmi les participant-e-s. Il s'agit notamment de la formulation des questions et/ou de la mise en œuvre de la méthode. Mettre en évidence les possibilités d'amélioration pour renforcer vos outils de collecte de données afin de faciliter la saisie des données.

## Comment valider ?

Il existe de nombreuses façons de valider. Vous pouvez envisager de tester votre (vos) méthode(s) de recherche. Dans ce cas, vous pouvez faire appel à un groupe de personnes ayant des caractéristiques identiques ou similaires à celles de votre population cible. Vous pouvez également travailler avec votre équipe de recherche pour faire un jeu de rôle sur la mise en œuvre de l'une de vos méthodes.

L'objectif de la validation est de repérer et documenter les points où les personnes testant le processus rencontrent des difficultés ou ressentent un inconfort. Cela vous permettra d'identifier ce que vous pouvez faire pour résoudre les problèmes rencontrés lors de la validation. Par exemple, il se peut que vous deviez clarifier davantage les objectifs de votre recherche au début du groupe de discussion. Il se peut aussi que vous deviez reformuler les questions ou en changer l'ordre dans votre sondage.

Au cours de vos activités de validation, vous pouvez utiliser le [guide de collection des données](#) pour vous faire une idée de son fonctionnement. Cependant, si le temps vous manque pour effectuer une validation formelle, prenez simplement des notes dès que l'occasion se présente. Des notes même approximatives sont toujours préférables à l'absence de validation.



## Que faire après la validation ?

Rassemblez toutes les informations issues de vos activités de validation. Commencez à organiser les informations et à tirer des conclusions sur la pertinence des perspectives pour votre population cible.

Il existe de nombreuses façons d'organiser l'information, alors assurez-vous d'utiliser celle qui convient le mieux à votre consultation. La manière dont vous choisissez d'organiser vos informations a un impact direct sur votre capacité à interpréter les informations.

Sur la base des résultats de vos activités de validation, commencez à ajuster votre guide de terrain et/ou votre guide de collection des données si nécessaire.

## Comment en savoir plus sur la validation ?

La validation joue un rôle intéressant dans la recherche en consultation. Nous vous recommandons des lectures supplémentaires pour mieux comprendre comment la validation s'intègre dans la recherche<sup>46, 47</sup>. En outre, nous donnons un exemple de la manière dont une équipe de recherche peut synthétiser les résultats d'une activité de validation (consultez l'[exemple de collection des données](#)).

Notes





## Étape 4 : Comprendre

Les semis deviennent des fleurs, et les idées de votre consultation sont analysées et synthétisées.

La quatrième étape de la méthodologie de consultation féministe est Comprendre. Cette étape consiste à donner un sens à toutes les données, informations, idées et perspectives recueillies lors de la consultation. Il s'agit ici de mettre en relation des informations provenant de différentes sources, d'identifier des catégories, d'établir des liens et de proposer des conclusions fondées sur des preuves. Après avoir compris la recherche, vous pouvez partager vos conclusions avec la communauté pour déclencher une action et un changement significatifs.

« Les jeunes femmes en profitent lorsqu'elles ont la possibilité de mener le processus. Cet outil redéfinira l'engagement des jeunes femmes et amplifiera leur potentiel de leadership ».



Varaidzo Faith  
Magodo-Matimba,  
Zimbabwe

## Solliciter les compétences et le soutien

Il est maintenant temps de donner un sens aux données collectées grâce à vos méthodes de recherche ! L'analyse et la synthèse sont des termes de recherche qui décrivent le processus de compréhension. En termes simples, c'est ici que vous transformez vos données en perspectives. En utilisant un processus systématique basé sur la réflexion critique et l'interprétation, vous pouvez transformer une grande quantité de données en un nombre plus réduit d'informations exploitables, de conclusions ou de résultats.

La créativité, la pensée divergente et la perception des modèles sont toutes des compétences importantes pour l'analyse des données. Bien que vous ne deviez pas être des expert·e·s, vous et votre équipe devriez avoir des connaissances de base sur le sujet et être déterminés à chercher des modèles, y compris des modèles qui ne correspondent pas à ce que vous attendiez. Si vous n'avez pas d'expérience préalable en analyse, nous vous recommandons de demander de l'aide. Vous pouvez contacter d'autres jeunes femmes à travers vos réseaux qui ont plus d'expérience. Demandez du soutien à ceux qui peuvent vous guider, vous accompagner ou vous former. Vous pouvez également contacter une université ou un collège local pour voir si quelqu'un pourrait vous aider. Assurez-vous que votre équipe est prête pour réussir en ce qui concerne l'analyse de données.



Il est bon de réengager les participant-e-s pour les impliquer dans le processus de compréhension, ainsi que de partager les résultats. Gardez à l'esprit qu'impliquer les participant-e-s dans l'étape de compréhension nécessite du temps supplémentaire. Cela dit, nous vous recommandons vivement de le faire. Les participant-e-s peuvent être impliqué-e-s en tant que partenaires actifs dans l'analyse des données ou en tant que réviseurs des perspectives pour valider si les résultats reflètent précisément les voix des participant-e-s. Quelle que soit leur implication, l'inclusion des participant-e-s à cette étape est incroyablement précieuse.

## Analyse des résultats

L'analyse et la synthèse concernent toutes les **analyses**, c'est-à-dire transformer les données et les informations en enseignements. Les enseignements de la recherche peuvent être extrêmement instructifs et utiles, en particulier lorsqu'ils sont obtenus en collaboration avec les personnes les plus proches des problèmes. Ils peuvent conduire à des changements positifs en mettant en lumière les problèmes et en autonomisant les communautés. Cependant, ils peuvent également être nuisibles. Que ce soit intentionnel ou non, les résultats de la recherche peuvent donner une image erronée des communautés ou être utilisés à l'encontre des personnes et, en fin de compte, perpétuer la stigmatisation, provoquer des traumatismes et accroître l'inégalité.

Avant de commencer l'analyse des données pour découvrir les résultats de votre recherche, il est important de se rappeler ceci :

- L'analyse des données sans tenir compte de l'intersectionnalité est une représentation inexacte de la réalité.

- Évitez de faire des généralisations ou des suppositions, et validez-les chaque fois que c'est possible.
- Faites un effort pour prendre conscience de vos biais inconscients. Veillez à ne pas laisser vos biais influencer les résultats en fonction de vos expériences et jugements antérieurs. Documentez soigneusement le processus pour renforcer la crédibilité de vos résultats.

## Étapes pour l'analyse et la synthèse des données

### 1. Préparez vos données



Assurez-vous que vos données sont prêtes à être analysées. Terminez toutes les transcriptions et configurez le(s) document(s) ou l'espace de travail virtuel où vous prévoyez d'effectuer votre analyse. Nous vous recommandons de faire des copies de vos données afin de garder les originaux en sécurité pendant que vos notes d'analyse et modifications sont apportées aux copies. Cela vous permet de faire référence aux données brutes sans risquer de perdre des informations importantes.



## 2. Revisitez les objectifs de recherche et les questions

Reprenez conscience des objectifs de votre recherche.

## 3. Examinez les données et les premières conclusions recueillies jusqu'à présent

Prenez le temps de vous assurer que vous et votre équipe de recherche comprenez le contexte de la recherche. Familiarisez-vous avec les données recueillies jusqu'à présent afin de commencer à identifier des modèles à travers différentes sources de données. Le cas échéant, écoutez les enregistrements des sessions de groupe de discussion et/ou des entretiens pour vous familiariser à nouveau avec les sessions.

## 4. Développez un cadre (également connu sous le nom de **codage ou indexation**)

Commencez par souligner et résumer les idées principales issues des données. Créez ensuite des catégories et sous-catégories pour regrouper les idées principales.

Il peut être utile de développer des balises pour savoir si les données sont qualitatives ou quantitatives. Il existe de nombreuses façons de capturer et de tabuler des informations quantitatives, comme ajouter le nombre de notes, de classements, ou de réponses « oui », « non » pour chaque question.

## 5. Identifiez les principales conclusions

Utilisez le cadre pour commencer à catégoriser les données. Cela devrait suivre un processus de tri en douceur et vous permettre de donner facilement du sens aux données.

Lorsque vous classez les données, n'oubliez pas que les **données désagrégées**<sup>48</sup>, c'est-à-dire les données qui fournissent des sous-catégories d'informations, telles que les données démographiques, peuvent révéler des inégalités et des relations entre les catégories. En visualisant les inégalités systémiques, les données peuvent conduire à un changement positif. Les mêmes données, lorsqu'elles sont mal utilisées ou collectées, peuvent renforcer les stéréotypes et la stigmatisation, causant ainsi du tort aux individus et à la communauté.

## 6. Interprétez les données



Essayez de mettre l'information en perspective. Comparez les résultats avec ce que vous vous attendiez à voir. Examinez les résultats par rapport aux indicateurs ou mesures de réussite existants, en fonction du contexte de votre consultation.

Organisez vos interprétations en catégories et étiquettes supplémentaires (par exemple : commentaires, points forts, faiblesses, expériences similaires, entrées de programme, recommandations, résultats, effets). Vos interprétations devraient viser à répondre aux questions de recherche. Il est important de ne pas perdre de vue et de toujours garder à l'esprit le ou les objectif(s) de recherche.



## 7. Synthétisez les données



**Triangulez** les données en regardant à travers vos sources de données et commencez à identifier les thèmes<sup>49,50,51,52</sup>. Les thèmes peuvent être basés sur des motifs, des associations, des relations causales que vous remarquez à travers les données. Par exemple, vous pourriez voir que toutes les personnes qui ont assisté à des programmes en soirée avaient des préoccupations similaires.

Pour les questions d'évaluation et de classement, envisagez de calculer une moyenne pour chaque question. Par exemple, « Pour la question n°1, le classement moyen était de 2,4 ». En fonction du contexte de votre consultation, une moyenne peut être plus significative que d'indiquer combien de répondants se sont classés 1, 2 ou 3. Envisagez d'indiquer l'éventail des réponses, par exemple 20 personnes ayant obtenu la note « 1 », 30 la note « 2 » et 20 la note « 3 ».

Une fois que vous avez développé de nombreux thèmes, commencez à les combiner pour révéler des résultats ou des perspectives. L'objectif des enseignements de recherche est de fournir des conclusions basées sur des preuves concernant vos objectifs de recherche.

## 8. Testez et validez vos découvertes

Lorsque l'analyse est terminée, vous pouvez tester et valider vos résultats. Cela peut être particulièrement utile pour tester la cohérence des résultats obtenus en utilisant différentes méthodes.

Si vous n'avez pas encore participé à l'étape d'analyse, c'est le moment idéal pour réengager vos participant-e-s. Faites-leur part de vos découvertes et recueillez leurs commentaires afin que vous puissiez revoir et améliorer vos résultats si nécessaire. Les tests et la validation aident à renforcer vos résultats en :

- **Explorant** les similitudes et les différences des résultats pour les questions de recherche obtenues en utilisant différentes méthodes.
- **Enrichissant** les résultats de différentes méthodes en soulignant comment ils expliquent différents aspects d'un problème.
- **Confirmant ou réfutant**, quand un ensemble de données confirme ou réfute une déclaration résultant d'une autre.
- **Expliquant** lorsqu'un ensemble de données éclaire des découvertes inattendues.
- **Identifiant les écarts potentiels** dans les ensembles de données à inclure dans vos principales leçons.

## 9. Insérez les résultats dans le rapport

Documentez votre consultation dans un rapport. L'objectif de votre rapport est d'aider le lecteur à comprendre vos conclusions et idéalement à prendre des mesures.



Commencez par donner un bref aperçu du processus de consultation, quand il a eu lieu, les méthodes utilisées et la population cible engagée. Ensuite, résumez les connaissances et les apprentissages de votre analyse. Assurez-vous de mentionner toutes les lacunes identifiées dans les données et de fournir des recommandations sur la façon dont elles pourraient potentiellement être abordées à l'avenir. Incluez toutes les corrélations pertinentes et les comparaisons avec d'autres études issues de votre recherche documentaire initiale.



## 10. Partagez le rapport et les résultats

Partagez le rapport et les résultats avec les parties prenantes pertinentes, y compris les participant·e·s et les partenaires, ainsi qu'avec le public si cela est approprié. Partagez le rapport par email, sur les réseaux sociaux, les applications de messagerie et autres plateformes utilisées par votre population cible. Envisagez d'envoyer le rapport à des publications et organisations pertinentes qui pourraient le distribuer davantage en votre nom.

## 11. Enregistrez des copies de votre rapport et de vos notes d'analyse

Enregistrez une copie de votre rapport, ainsi que les notes de votre analyse. Vous pourriez avoir besoin de vous référer à ces éléments à l'avenir.

### Conseils pour la rédaction d'un rapport de recherche

- Présentez l'information de manière succincte et claire afin qu'elle soit facilement comprise.
- Partagez les conclusions et les idées déjà validées avec l'équipe de recherche et les participant·e·s.
- Protégez la confidentialité des participant·e·s à la recherche. Par exemple, si vous partagez des citations directes d'un entretien, attribuez la citation en utilisant uniquement des détails pertinents tels que l'âge et le lieu (par ex : « Participant·e à l'entretien, 18 ans, Inde »).
- Captez l'attention avec des images. Utilisez des graphiques, des tableaux et des diagrammes pour décrire les concepts d'une manière facile à comprendre. Si le budget le permet, incluez des vidéos ou des fichiers audio pour un rapport multimédia.
- Pensez à inclure des recommandations pour aider votre organisation ou votre groupe et/ou vos partenaires. Ces recommandations peuvent inclure des suggestions fondées sur des données probantes pour définir les priorités, orienter les objectifs de plaidoyer, améliorer un programme, etc.





## Étape 5 : Apprendre

Les plantes mûrissent et les fleurs sont pleinement épanouies, suscitant de nouvelles idées sur comment améliorer votre processus.

La cinquième étape de la méthodologie de consultation féministe est l'apprentissage. Cette étape est celle où vous et votre équipe de recherche réfléchissez sur le processus de consultation dans son ensemble. Il est important d'être ouvert et transparent sur vos succès et vos difficultés. Cela permet d'ouvrir la voie à des améliorations futures. Si vous et votre équipe de recherche avez fait preuve de diligence dans vos activités de suivi et d'établissement de rapports, vous pouvez vous inspirer de ces documents pour réfléchir en détail.

« J'espère que de nombreuses organisations utiliseront cet outil et que le monde comprendra de mieux en mieux l'importance de la présence des jeunes femmes à la table des décisions. »



Julia Sophie Van Zijl,  
Australie

## Réfléchir en tant qu'équipe de recherche

Même si nous espérons que votre recherche sera couronnée de succès, la réalité est que toutes les consultations ne se déroulent pas sans accroc. En fonction de divers facteurs, il se peut que votre consultation ne vous apporte pas les informations que vous recherchez. Tout d'abord et avant tout, faites preuve d'indulgence envers vous-même. C'est tout à fait normal et fait partie du parcours d'apprentissage.

Prenez le temps de faire le point avec votre équipe de recherche sur les enseignements tirés de votre consultation. Nous vous recommandons vivement de remplir le [modèle de checklist pour l'évaluation](#). Effectuez cette étape avec tous les membres de l'équipe de recherche car il est important de mettre en évidence les points positifs, les domaines qui ont posé problème à l'équipe, les enseignements clés, etc. Encouragez-les à être honnête et généreux avec leurs commentaires car c'est le seul moyen d'apprendre et d'avancer.

Réfléchissez à votre consultation en vous posant, ainsi qu'à votre équipe, quelques questions :

- Comment s'est passée la consultation ? Quel a été, le cas échéant, l'impact sur moi (et/ou l'équipe de recherche ou la population cible) ?
- Qu'est-ce qui a été difficile ou stimulant dans la consultation ? Quels sont les obstacles que j'ai rencontrés ?



- Quels sont les principaux enseignements tirés de la consultation ? Comment pourrais-je appliquer les apprentissages à une autre partie de mon travail ?
- Y a-t-il quelque chose qui n'était pas clair ou qui ne l'est pas dans le processus de consultation ?
- Un aspect quelconque du sujet de recherche est-il encore à approfondir ? Comment pourrais-je continuer à explorer le sujet de recherche ?
- Comment puis-je améliorer le processus de consultation ? Qu'est-ce qui pourrait être ajouté, révisé ou supprimé pour le rendre plus efficace ou plus pertinent ?



## Invitez les pairs et la communauté à donner leur avis

Laisser la place aux commentaires des pairs et de la communauté. Invitez à commenter et à critiquer l'ensemble du processus de consultation, y compris les méthodes de recherche, l'interprétation des données et les résultats finaux. Acceptez ces commentaires comme un cadeau. Veillez à ne pas réduire les évaluateur-riche-s à un rôle symbolique en leur permettant de s'engager de manière significative et impactante. En fin de compte, apprenez de vos erreurs. Tenez compte des observations et des commentaires

provenant de différents points de vue, notamment des personnes de votre organisation ou groupe, de votre équipe de recherche et des participant-e-s.

Les questions peuvent porter sur les points suivants :

- Qu'est-ce qui a bien marché et qu'est-ce qui n'a pas marché ? Pourquoi ou pourquoi pas ?
- Quels ont été les commentaires des participant-e-s à toutes les étapes ?
- Le processus a-t-il été compris ? Une valeur ajoutée a-t-elle été perçue ?
- Dans quelle mesure ce processus de consultation est-il durable ? Qu'est-ce qui doit changer ?

## Explorer les solutions possibles

Apprendre, c'est faire mieux demain en s'appuyant sur les leçons d'aujourd'hui. À n'importe quelle étape de votre consultation, vous pouvez être face à un ou deux défis. Ne craignez rien, car il existe toujours de nombreuses solutions possibles pour vous aider.

Chaque fois que vous vous retrouvez face à un défi, prenez le temps de parcourir cette banque de solutions. Elle présente des défis auxquels vous pourriez être confronté-e, et des idées pour les surmonter. Il se peut que vous ne sachiez pas quelle solution adopter pour chaque défi, et ce n'est pas grave. N'oubliez pas que c'est en faisant que l'on apprend, vous avez donc toujours la possibilité de faire mieux la prochaine fois !

Au fur et à mesure que vous acquerez de l'expérience avec cette méthodologie, nous vous invitons à ajouter vos apprentissages à la banque de solutions. **Contactez-nous** pour nous faire part des défis auxquels vous avez été confrontés et la manière dont vous les avez surmontés.



# Banque de solutions

Je suis face à un défi...	Voici plus de détails sur mon défi	Idées pour résoudre ce défi...
Connexion internet limitée ou inexistante pour les participant-e-s	Dans certaines régions, la connectivité internet est très limitée, voire inexistante. C'est un obstacle pour les activités de recherche utilisant les réseaux sociaux ou la vidéoconférence.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proposez d'autres activités de recherche qui ne nécessitent pas l'utilisation d'internet (par exemple, en personne, par messagerie texte, copies papier des sondages).</li> <li>Construisez un espace où les participant-e-s peuvent se connecter à internet et utiliser quelques appareils disponibles.</li> <li>Proposez de couvrir les frais d'internet des participant-e-s.</li> <li>Trouvez une entreprise ou une organisation disposant d'un accès fiable et demandez-lui si vous pouvez utiliser son internet. Il peut même s'agir d'un sponsor ou d'un partenaire potentiel de votre projet.</li> </ul>
Trouver un espace physique approprié	J'ai du mal à trouver un espace accessible et abordable.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explorez les espaces gérés par des groupes et des organisations de femmes.</li> <li>Demandez aux dirigeants de la communauté de vous aider à trouver des espaces appropriés.</li> </ul>
Réunion en personne	Il peut être difficile de se rencontrer en personne. Vous pouvez être face à des problèmes de transport, à l'indisponibilité d'un lieu ou à des mesures de fermeture (comme lors de la pandémie de COVID-19).	<ul style="list-style-type: none"> <li>Envisagez des options à distance plutôt que des activités de recherche en personne. Cela peut s'avérer utile lorsque les participant-e-s ne peuvent pas se rencontrer, sont trop éloigné-e-s ou lorsque les frais de réunion sont élevés.</li> </ul>
Obtenir l'autorisation de travailler	En fonction du contexte de la consultation ou de l'activité de recherche spécifique, je dois obtenir l'autorisation d'une autorité locale.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trouvez des allié-e-s, comme des leaders communautaires, qui peuvent vous aider à obtenir un soutien pour ce travail.</li> <li>Expliquez aux leaders communautaires et aux autorités locales l'objectif de la recherche et la manière dont elle bénéficiera à la communauté.</li> </ul>



# Banque de solutions

Je suis face à un défi...	Voici plus de détails sur mon défi	Idées pour résoudre ce défi...
<p>Trouver des participant-e-s d'origines diverses</p>	<p>Il est difficile de trouver des participant-e-s d'origines diverses et d'accéder à différentes communautés.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Créez une carte des différents groupes ou perspectives que vous souhaitez atteindre et indiquez où les trouver dans la communauté.</li> <li>• Contactez des organisations ayant des liens avec la communauté et demandez-leur de vous aider à trouver des participant-e-s.</li> </ul>
<p>Plusieurs langues ou des langues différentes</p>	<p>Les participant-e-s ne parlent pas la même langue ou le même dialecte. Je crains de perdre les nuances linguistiques dans nos discussions.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demandez à l'avance aux participant-e-s quelle langue sera parlée pendant l'activité et si une aide est nécessaire.</li> <li>• Traduisez les documents avant la session - il peut s'agir des guides de collection des données pour les groupes de discussion avec storytelling et les entretiens.</li> <li>• Trouvez un un-e traducteur·rice/interprète pour vous aider pendant les sessions. Cela est essentiel pour le confort des participant-e-s, quelles que soient les différences linguistiques.</li> <li>• N'oubliez pas qu'un-e interprète est une personne extérieure qui peut modifier la dynamique de votre groupe de discussion ou de votre entretien.</li> <li>• Fournissez à l'avance une copie des documents traduits à l'interprète. Cela les aide à se préparer et à se concentrer sur les commentaires des participant-e-s.</li> </ul>



# Banque de solutions

Je suis face à un défi...	Voici plus de détails sur mon défi	Idées pour résoudre ce défi...
Plusieurs langues ou des langues différentes	Les participant-e-s ne parlent pas la même langue ou le même dialecte. Je crains de perdre les nuances linguistiques dans nos discussions.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prévoyez une interprétation simultanée (lorsque la traduction a lieu en même temps que la discussion). Il y a moins de risques d'oublier des informations importantes ou de manquer l'occasion d'approfondir un sujet.</li> <li>• Augmentez la durée prévue de votre session pour laisser place à l'interprétation.</li> <li>• Utilisez des explications claires et des mots faciles à comprendre pour tenir compte des différents niveaux d'alphabétisation.</li> <li>• Invitez les participant-e-s à répondre aux questions des autres participant-e-s au groupe de discussion. C'est un excellent moyen de maintenir l'intérêt des participant-e-s et d'encourager l'apprentissage entre pairs.</li> </ul>
Handicaps	Je veux soutenir les participant-e-s qui ont des handicaps physiques, sensoriels et/ou intellectuels.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demandez à l'avance aux participant-e-s si du soutien ou des accommodations sont nécessaires.</li> <li>• Procédez aux aménagements nécessaires en fonction des besoins des participant-e-s. Rappelez-vous que c'est le ou la participant-e qui doit prendre les dispositions nécessaires. Elles ne doivent pas être devinées ou décidées par le/la facilitateur-ric.e. Par exemple, une personne qui se déplace en fauteuil roulant a besoin d'un lieu de réunion accessible. Il peut s'agir d'une rampe d'accès ou de l'utilisation de tables à la hauteur des fauteuils roulants.</li> </ul>



# Banque de solutions

Je suis face à un défi...	Voici plus de détails sur mon défi	Idées pour résoudre ce défi...
<p>Rechercher des participant-e-s</p>	<p>Je n'obtiens pas la participation (en nombre ou en diversité) que j'attendais.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lors de la sensibilisation, précisez les objectifs de la recherche et expliquez pourquoi il est important de participer.</li> <li>• Examinez la manière dont vous avez fait connaître ou partagé vos activités de recherche. Modifiez votre approche de la publicité et partagez à nouveau (envisagez d'utiliser différents canaux).</li> <li>• Modifiez votre approche de la publicité et partagez à nouveau (envisagez d'utiliser différents canaux).</li> <li>• Envisagez de traduire les documents dans différentes langues.</li> <li>• Indiquez les options linguistiques disponibles pour les activités de recherche.</li> <li>• Vérifiez la conception de vos activités de recherche. Par exemple, les sondages doivent être courts, les groupes de discussion doivent être organisés au moment où les participant-e-s sont le plus susceptibles d'être disponibles, etc.</li> </ul>
<p>Adoptez une approche passive de la facilitation dans les groupes de discussion.</p>	<p>Les facilitateur-ric-e-s sont là pour intervenir et guider le processus. Cependant, pour cette méthodologie, le ou la facilitateur-ric-e doit adopter un rôle plus passif.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formez le ou la facilitateur-ric-e à trouver l'équilibre entre l'intervention et la passivité.</li> <li>• Pensez à des exemples de ce que pourrait être « l'appropriation par les participant-e-s » dans le cadre du groupe de discussion, avant la session.</li> </ul>



# Banque de solutions

Je suis face à un défi...	Voici plus de détails sur mon défi	Idées pour résoudre ce défi...
Peu de récits dans les groupes de discussion	Les histoires donnent le ton au groupe de discussion, mais de nombreux-ses participant-e-s hésitent à partager leur histoire.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demandez aux participant-e-s de préparer leur histoire à l'avance à l'aide du média de leur choix (mots, images, vidéo, etc.), car cela permet d'éviter de les mettre sur la sellette.</li> <li>• Commencez la session par une activité permettant aux participant-e-s de faire connaissance et d'instaurer un climat de confiance. Le cas échéant, demandez au/à la facilitateur-riche de partager sa propre expérience afin de favoriser le dialogue et la vulnérabilité.</li> <li>• Pensez à introduire des techniques créatives, comme des photos ou des illustrations, pour inspirer les participant-e-s.</li> <li>• Invitez les participant-e-s à écrire leurs expériences de manière anonyme plutôt que de les partager publiquement. Cette technique peut être utilisée dans des cas spécifiques, mais ne doit pas remplacer le dialogue avec l'ensemble du groupe.</li> </ul>
Apathie des participant-e-s	Certaines jeunes femmes se questionnent sur l'impact réel que ce travail pourrait avoir. Elles ont beaucoup d'autres défis à relever et l'impact de ce travail n'est pas clair pour elles.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Écoutez et reconnaissez les réalités de vos participant-e-s.</li> <li>• Soulignez la valeur des contributions de vos participant-e-s et leur impact à long terme.</li> </ul>
Durabilité de ce travail	Les gens vont et viennent souvent dans mon organisation ou mon groupe. Cela m'inquiète quant à l'utilisation durable de cette méthodologie, compte tenu de la rotation des effectifs.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fournissez une formation aux membres actuels afin qu'ils puissent se familiariser avec cette méthodologie.</li> </ul>



# Banque de solutions

Je suis face à un défi...	Voici plus de détails sur mon défi	Idées pour résoudre ce défi...
Durabilité de ces travaux	Les gens vont et viennent souvent dans mon organisation ou mon groupe. Cela m'inquiète quant à l'utilisation durable de cette méthodologie, compte tenu de la rotation des effectifs.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offrez des possibilités de renforcement des capacités aux membres actuels pour qu'ils s'engagent dans cette méthodologie.</li> <li>• Incluez cette méthodologie dans la formation des futurs membres de votre groupe ou organisation.</li> <li>• Recueillez les enseignements tirés de l'utilisation de la méthodologie afin d'assurer le transfert des connaissances entre collègues.</li> </ul>
Veillez à ce que la méthodologie reste la propriété des jeunes femmes	<p>Au fur et à mesure que la méthodologie progresse, d'autres personnes commenceront à s'impliquer dans le travail. Le fait que les jeunes femmes ne soient plus propriétaires de leur travail m'inquiète.</p> <p>Comment éviter que la méthodologie ne se transforme en quelque chose d'autre ? Comment empêcher qu'elle ne soit reprise comme le travail de quelqu'un d'autre, ou utilisée d'une manière non prévue au départ ?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offrez autant que possible des possibilités de formation et de renforcement des capacités pour cette méthodologie.</li> <li>• Rappelez et renforcez les principes de l'appropriation par les jeunes femmes et du <u>féminisme</u>. Il faut le faire à toutes les phases de la méthodologie et avec toutes les parties prenantes.</li> <li>• Identifiez et engagez des allié-e-s qui peuvent soutenir le travail et défendre les valeurs de la consultation féministe.</li> </ul>





## Étape 6 : Itérer

Les fruits offrent à la fois de la nourriture et des graines pour initier un nouveau cycle, vous encourageant à adapter et à améliorer votre processus afin d'amplifier votre impact.

La sixième étape de la méthodologie de la consultation féministe est l'itération. Cette étape vous permet de vous projeter dans l'avenir et d'imaginer le futur, tant pour les résultats de votre recherche que pour votre processus de consultation. Si les résultats de vos recherches représentent un instantané dans le temps, leur impact ne se limite pas au moment présent. Ici, l'accent est mis sur l'exploration des moyens d'étendre ou d'approfondir votre recherche afin d'avoir un impact durable sur la communauté. C'est également à ce stade que vous pouvez vous appuyer sur les enseignements tirés de votre consultation pour faire évoluer votre approche la prochaine fois. En réfléchissant aujourd'hui aux expériences de votre consultation, vous pouvez itérer votre processus pour demain et au-delà.

« J'espère que cet outil sera un pas vers une approche décolonisée, antiraciste, holistique et véritablement intersectionnelle de la recherche féministe. »



Aniqah Nadha Zowni,  
Canada

## Regarder vers l'avant et faire le tour de la question

Maintenant que vos activités de consultation sont terminées, vous avez peut-être envie de faire une pause. Vous avez fait preuve de réflexion lors de la planification, de la conception et de la mise en œuvre de vos méthodes de recherche. Vous avez fait preuve de rigueur dans l'interprétation des données. Vous avez fait preuve d'esprit critique en réfléchissant à vos expériences. Et si le repos est un aspect essentiel de tout travail féministe, il ne faut pas oublier un élément tout aussi important : l'itération.

## Perspectives d'avenir

Que l'on parle de « croissance », d'« évolution », de « changement » ou de tout autre terme, l'intention reste la même. Dans le cadre de cette méthodologie, le terme « itération » décrit toutes les façons dont votre recherche peut se développer et se poursuivre afin d'avoir un impact positif.

Une fois la consultation terminée, ne vous contentez pas de conclure et de disparaître. Au lieu de cela, prenez d'abord le temps d'ouvrir votre cœur et votre esprit à ce qui va suivre. Demandez à vous-même, à votre équipe de recherche, à vos participant·e·s et à votre



communauté comment aller ensemble de l'avant. Invitez à l'ouverture dans vos réponses lorsque vous répondez à la question : Comment le public peut-il bénéficier des résultats de cette recherche ?

Peut-être pourriez-vous étudier la manière de restituer la recherche à la communauté d'une manière significative (il ne suffit pas de partager un lien vers le rapport). Vous pouvez également collaborer avec les parties prenantes et utiliser la recherche pour prendre des mesures et plaider en faveur d'un changement positif. Vous pouvez travailler avec des membres de la communauté pour former des groupes consultatifs et créer des stratégies pour aider à résoudre certains des problèmes soulevés par la recherche. Vous pouvez également créer des opportunités pour obtenir un large retour d'information sur la recherche. Vous pouvez créer les conditions pour que les gens remettent en question vos interprétations et, ce faisant, mettre en lumière des sujets nouveaux ou plus profonds à explorer dans le cadre de recherches futures.

## Retour en arrière

Quel que soit le chemin que prendra votre consultation, prenez le temps d'honorer ce qui vous a amené jusqu'ici. Adoptez une approche fondée sur les points forts pour mettre en valeur le temps, l'énergie, les talents et la sagesse de vous-même, des participant·e·s à la recherche et des communautés.



Tous ceux qui ont joué un rôle dans votre consultation méritent d'être remerciés. Honorez le pouvoir des mouvements féminins et l'énergie collective qui a contribué à donner vie à votre consultation.

## Notes



# Votre aventure se poursuit

Que vous utilisiez la méthodologie pour la première ou la cinquantième fois, une chose est sûre : votre voyage se poursuit. Que vous continuiez ou non à diriger des recherches ou à y participer, nous souhaitons vivement que les principes de la consultation féministe vous accompagnent. C'est un outil qui peut être utilisé dans tous les aspects de votre vie. Nous espérons que vous continuerez à...

- Faire preuve de curiosité
- Questionner les biais
- Accepter les différences
- Remettre en question les hypothèses
- Valider les conclusions
- Trouver l'inspiration

Au fur et à mesure que vous progressez dans votre travail et dans votre vie, ces pratiques disciplinées, lorsqu'elles sont guidées par une approche féministe, peuvent conduire à un changement systémique.

Vous n'aurez aucun mal à affronter tout ce qui vous attend dans votre futur voyage. Ayez confiance en la solidarité d'un réseau de personnes engagées dans le changement féministe, toutes unies par la passion de faire avancer les choses. Rappelez-vous qu'en utilisant cette méthodologie comme guide, vous bénéficiez des connaissances et de la sagesse de la communauté des femmes et des filles pour créer un monde plus féministe. Vous avez le pouvoir et la possibilité de changer les choses.

La fin n'est que le début.



**We Rise, We Lead:** Votre aventure se poursuit

## Suju Poon (Membre du groupe restreint:) Phase II et III)

« L'ensemble du processus a été pour moi une formidable expérience d'apprentissage. Mon parcours, depuis la compréhension de la nécessité d'une méthodologie féministe jusqu'à la conduite de sessions de validation en Asie, m'a permis d'approfondir et de diversifier le concept de féminisme et de mouvements féministes. Je suis convaincue que la méthodologie aura le même effet sur les individus et les organisations et qu'elle vous poussera à être intersectionnels, diversifiés et inclusifs ».

## Daniela Rueda (Membre du groupe restreint:) Phase III)

« Les filles et les femmes ne veulent pas que leur histoire soit écrite par quelqu'un d'autre ; elles veulent des outils et des espaces pour construire le chemin vers l'égalité des sexes. Participer à l'élaboration de cette méthodologie a été une expérience enrichissante. Je suis convaincue que les connaissances et les outils rassemblés dans ces documents favoriseront les processus de leadership de nombreuses filles et femmes ».

## Heather Redman (Membre du groupe restreint:) Phase I)

« J'espère que cet outil donnera aux voix des jeunes femmes le coup de pouce (malheureusement) nécessaire aux mouvements féministes et qu'un outil comme celui-ci ne sera plus jamais nécessaire lorsqu'une véritable égalité des âges sera atteinte dans les espaces de justice sociale. »

## Alannah Bonalos, Jessica Borich et Kay Nadalin (Conceptrices de la diversité, de l'équité et de l'inclusion)

« Cette méthodologie est la preuve du pouvoir collectif des femmes. Elle a été conçue de manière réfléchie et centre véritablement la voix et le point de vue féministes. Nous aurions aimé que cet outil existe pour nous lorsque nous avons commencé notre carrière. Nous nous réjouissons de voir l'entraide féminine réaliser un changement transformateur en faveur de l'égalité entre les hommes et les femmes. »



WorldYWCA

## Annexes

Le guide de la méthodologie  
de consultation féministe  
par la YWCA Mondiale



# Remerciements

La méthodologie de consultation féministe est un exemple clair de ce qui est possible grâce au pouvoir de la collaboration. Ce travail n'a pas été simple. Il s'est déroulé sur plusieurs années, a traversé de nombreux pays et impliqué des fuseaux horaires variés. Pourtant, de jeunes femmes, aux côtés de la YWCA Mondiale et de leurs allié-e-s, se sont réunies pour co-créer la méthodologie que vous découvrez aujourd'hui.

## Jeunes femmes co-créatrices

La YWCA Mondiale est immensément reconnaissante aux jeunes femmes extraordinaires qui ont partagé leur sagesse en tant que co-créatrices de cette méthodologie au cours des trois phases de son développement.

Qu'il s'agisse de donner leur avis sur le contenu de la méthodologie ou de diriger les exercices de validation dans les pays, ces jeunes femmes ont incarné ce que signifie travailler de manière féministe.

### Phase I

- Heather Redman, Canada
- Nirmala Gurung, Népal
- Varaidzo Faith Magodo-Matimba, Zimbabwe
- Naomi Woyengu, Papouasie-Nouvelle-Guinée
- Isabella María Díaz Vásquez, Honduras

### Phase II

- Aniqah Nadha Zowni, Canada
- Kalisito Vaecece Biaukula, Fidji
- Julia Sophie Van Zijl, Australie
- Varaidzo Faith Magodo-Matimba, Zimbabwe
- Nirmala Gurung, Népal
- Suju Poon, Népal
- Natalia Arenas, Royaume-Uni (originaire de Colombie)

### Phase III

- Amany Emil Jabra Abu Awad, Palestine
- Kalisito Vaecece Biaukula, Fidji
- Julia Sophie Van Zijl, Australie
- Lilian Murphy Eisner, États-Unis
- Nirmala Gurung, Népal
- Suju Poon, Népal
- Ingrid Daniela Rueda Forero, Colombie
- Tanya Maringo, Kenya
- Solea Winnie Nalubega, Ouganda





## YWCA Mondiale

La méthodologie a été développée sous la direction d'un certain nombre de membres de l'équipe de la YWCA Mondiale, y compris, mais sans s'y limiter : Suchi Gaur (directrice de l'engagement mondial et de l'impact) pour avoir assuré le leadership tout au long du voyage ; Daniela Zelaya (spécialiste de projet) pour avoir coordonné l'engagement des jeunes femmes ; et Talisa Avanthay (associée en communication) pour avoir apporté son soutien lors de l'essai pilote.

## Donateurs et consultants

Ce travail n'aurait pas été possible sans le soutien des partenaires collaborateurs :

### Donateurs

Le ministère des affaires étrangères et du commerce du gouvernement australien, pour avoir lancé le processus dans le cadre de la phase de transition du programme RiseUp! Young Women Leadership en 2018 et pour avoir soutenu sa finalisation et ses tests en 2021.

### Consultantes

- Maria Fernanda Salazar Rodríguez et Valentina Rangell d'IWORDS Global pour avoir donné le coup d'envoi et fourni un soutien à la facilitation afin de poursuivre le processus d'engagement et de création avec les leaders de la jeunesse en 2019-2020.
- Rebecca Irani, qui a achevé le premier cycle de révision complète.
- Jessica Borich et Kay Nadalin pour leur soutien lors des dernières révisions et de la conception axée sur l'équité.
- Alannah Bonalos, pour sa conception graphique et ses illustrations accessibles et inclusives.



# Mots et expressions importantes

Le langage est un outil puissant pour communiquer des idées et influencer notre façon de penser et d'agir. Pourtant, un langage complexe ou « jargonneux » peut parfois faire obstacle à l'établissement d'une compréhension commune entre les personnes. Cela est particulièrement vrai lorsque les mots ou les expressions sont nouveaux, peu familiers ou différents des repères habituels des personnes.

Cette liste de définitions clarifie les mots et expressions importants liés à la consultation et à la recherche féministes tels qu'ils sont présentés dans cette méthodologie. Bien qu'il ne s'agisse pas d'une liste exhaustive, ces définitions sont rédigées dans l'intention de servir de langage commun à tous ceux qui travaillent dans le cadre de la méthodologie.

En ce qui concerne la langue, nous devons tenir compte des contextes régionaux et de la manière dont certaines langues utilisent des mots plus genrés que d'autres. Ces définitions donnent la priorité à un langage accessible et inclusif<sup>1</sup> (y compris un langage incluant le genre<sup>2</sup>) afin d'aider les participant·e·s et les chercheur·se·s à se sentir à l'aise lorsqu'ils ou elles utilisent la méthodologie.

Pour une liste plus détaillée des mots et expressions importants, nous vous encourageons à lire le [glossaire et définitions du mouvement de la YWCA Mondiale](#)<sup>3</sup>.

**Capacitisme** : Discrimination et biais à l'encontre des personnes handicapées (mentales, émotionnelles et/ou physiques) fondés sur la croyance que certains corps (typiques et atypiques) ont plus de valeur que d'autres. Le capacitisme définit les personnes en fonction de leurs capacités et classe les personnes handicapées dans la catégorie des « moins que » (par exemple, elles ne sont pas dignes de respect et de considération, elles sont incapables de contribuer et de prendre part à la vie, ainsi que d'autres idées fausses). Le capacitisme peut être conscient ou inconscient et il est ancré dans les institutions, les systèmes et la culture générale d'une société.

**Redevabilité** : Être redevable signifie être tenu responsable d'une tâche, d'un travail, d'un programme ou du respect de la loi. La redevabilité est la responsabilité qui incombe à une personne ou à un groupe par rapport

à une action donnée. Elle exige de la confiance et elle est souvent associée à un mécanisme de mise en œuvre ou à des conséquences en cas de non-respect.

**Plaidoyer** : « Par plaidoyer, il faut entendre à la fois la stratégie et l'action en vue d'atteindre un objectif. L'objectif du plaidoyer est l'engagement des parties prenantes dans les décisions les concernant. Les actions entreprises en vue d'atteindre cet objectif seront normalement étalées dans le temps et en montée progressive. »<sup>4</sup>

**Âgisme**<sup>5</sup> : Les stéréotypes (ce que nous pensons), les biais (ce que nous ressentons) et la discrimination (ce que nous faisons) à l'égard des autres ou de soi-même en fonction de l'âge. L'âgisme peut entraîner une détérioration de la santé, un isolement social, des décès plus précoces, et bien d'autres choses

encore. Malheureusement, l'âgisme est largement répandu dans les institutions et les secteurs, et a des conséquences considérables sur les économies et la société<sup>6</sup>. Parmi les exemples d'âgisme, on peut citer le fait de perdre son emploi en raison de son âge, de considérer les jeunes comme non qualifiés et irresponsables ou de ne pas tenir compte des préoccupations d'une personne en raison de son âge.

**Allié(e)** : Un·e allié·e est une personne qui utilise ses privilèges (voir privilèges) pour défendre et soutenir un groupe marginalisé et/ou sous-représenté. Un allié joue un rôle de soutien actif pour promouvoir un monde plus inclusif. Les actes des allié·e·s peuvent consister à se montrer et à s'exprimer, à remettre en question le statu quo et à créer ou à élargir des opportunités.

**Analyse** : Transformer les informations et les données en connaissances pour prendre de meilleures décisions.

**Androcentrisme** : Pratique consistant à centrer la société sur les expériences, les besoins et les perspectives des hommes. Il est important de prendre conscience de l'impact que l'androcentrisme peut avoir sur la manière dont vous interprétez et analysez les données de votre recherche.

**Biais** : Prédispositions ou généralisations, conscientes ou non, concernant un groupe de personnes, fondées sur des caractéristiques personnelles ou des stéréotypes. Certains biais peuvent être positifs et utiles. D'autres peuvent être fondés sur des stéréotypes plutôt que sur des connaissances. Ces raccourcis cognitifs peuvent parfois aboutir à des jugements conduisant à des décisions irréflechies et à des pratiques discriminatoires. (Voir aussi [biais inconscients/implicites](#)).

**Renforcement des capacités** : L'amélioration de la capacité d'un individu ou d'une organisation à remplir sa mission en renforçant son infrastructure, ses compétences ou son expertise, sa gouvernance et ses ressources humaines. Le renforcement des capacités peut se faire par la formation, l'investissement, l'apprentissage par l'expérience, etc.<sup>7</sup>

**Classisme** : Structures, attitudes et comportements qui alimentent la discrimination et les biais fondés sur la classe sociale ou économique.

En tant que forme d'oppression systémique, le classisme peut se traduire par le fait qu'un groupe a le sentiment d'avoir un pouvoir et des privilèges sur un autre groupe en raison de certaines circonstances telles que les revenus ou l'accès aux ressources.

**Codage (ou indexation)** : L'attribution de codes à des idées et des sujets généraux (par exemple, l'âge, le sexe, le statut socio-économique, la région) comme moyen de structurer et d'étiqueter les données.

**Leader communautaire** : Personne ayant la capacité d'influencer ou d'apporter des changements au sein d'une communauté définie. Ce rôle peut être formel (représentants élus, chefs religieux, chefs ethnoculturels reconnus ou chefs de groupes formels spécifiques) ou informel (quelqu'un qui aime aider)<sup>8</sup>.

**Confidentialité** : Il s'agit de l'engagement de ne pas communiquer de détails ou d'informations spécifiques à des personnes extérieures à l'équipe de recherche, en particulier des détails susceptibles de révéler l'identité des participant-e-s à la recherche.

**Consultation** : Il s'agit d'une série de processus planifiés en personne et/ou en ligne visant à obtenir un engagement et un retour d'information sur la manière de faire avancer un programme. Une consultation féministe est culturellement adaptée, responsabilisante, structurée de manière non hiérarchique et doit prendre en compte les facteurs

extra-personnels et extérieurs. De manière plus générale, la consultation peut être formelle ou informelle, active (les personnes fournissent des commentaires et un retour d'information sur le processus de prise de décision) ou passive (les personnes sont simplement informées).

**Co-chercheur-se-s** : Ce sont les participant-e-s qui contribuent conjointement à la recherche. Cette approche participative valorise les expériences des participant-e-s en les positionnant en tant qu'expert-e-s et collaborateur-ric-e-s de la recherche. Les co-chercheur-se-s peuvent jouer différents rôles à toutes les étapes du processus de consultation<sup>9</sup>.

**Outil de collection des données** : C'est un instrument utilisé pour recueillir des données ou des statistiques en réponse à des questions de recherche.

**Gouvernance des données (GD)** : Il s'agit du pouvoir d'une personne ou d'un groupe de prendre des décisions concernant les données, y compris leur utilisation, leur collecte, leur accès, leur exactitude, leur diffusion et leur stockage. La gouvernance des données supervise de nombreux aspects des données, tels que leur facilité d'utilisation (facilité de compréhension), les métadonnées (raison pour laquelle elles sont collectées), la sécurité (qui y a accès et où elles sont stockées), l'intégration (comment elles sont utilisées) et la conservation (combien de temps les conserver et où). Par exemple, le [règlement général sur la protection des données \(RGPD\)](#)<sup>10</sup> de l'Union européenne décrit les règles, les

droits et la liberté, ainsi que la libre circulation des données à caractère personnel. Il convient de noter que la gouvernance des données n'est pas la même chose que la gestion des données, qui consiste à exécuter les règles et les politiques de la stratégie de gouvernance.

**Souveraineté des données :** Le droit d'une nation, d'un groupe ou d'un individu d'exercer un contrôle sur la gouvernance de la collecte, de l'application et de la propriété des données. Exemple : vous êtes Canadien-ne (vivant à Montréal) et vous envoyez un e-mail à votre voisin. En fonction de l'emplacement du « point d'échange internet », votre courrier électronique peut transiter par New York (de nombreux services en nuage sont basés aux États-Unis) avant d'atteindre votre voisin à Montréal. Cela signifie que vos données sont soumises aux lois canadiennes sur la protection de la vie privée lorsqu'elles se trouvent au Canada, mais qu'une fois qu'elles circulent hors des frontières, elles sont soumises aux lois du pays.

**Intendance des données (ou gestion des données) :** Il s'agit des pratiques et procédures permettant de gérer la manière dont les données sont acquises, stockées, agrégées, dépersonnalisées, utilisées et divulguées. L'intendance des données relève de la gouvernance des données et a pour objectif d'habiliter les utilisateurs en leur fournissant des données fiables.

**Données anonymisées :** Ce sont les données qui ont été anonymisées ou « dépouillées » de tous les

identifiants directs, c'est-à-dire de tous les détails qui pourraient être utilisés pour identifier les personnes à partir desquelles les données ont été obtenues<sup>11</sup>. Dans les études qualitatives et quantitatives, il est important d'anonymiser les données, y compris les informations directes (comme le nom ou la date de naissance d'une personne) et les informations contextuelles qui pourraient faciliter l'identification d'une personne (comme son emploi).

**Diversité :** Il s'agit de la « multiplicité de dimensions, qualités et caractéristiques uniques que nous possédons tous ».<sup>12</sup>

**Norme de double contrainte :** Elle décrit une pratique consistant à utiliser des critères différents pour analyser ou évaluer des comportements ou des situations identiques pour deux genres ou plus. Par exemple, les hommes sont récompensés pour leur dévouement à leur profession, tandis que les femmes sont mal vues parce qu'elles ne se concentrent pas sur leur vie de famille.

**Élitisme :** Il s'agit de la croyance en la supériorité d'une personne ou d'un groupe par ses qualités ou des attributs tels que l'intellect, le pouvoir, la richesse, etc. Vous pouvez être un-e expert-e en recherche ou dans d'autres aspects de la vie, mais vous n'êtes pas l'expert-e de la communauté spécifique ou de la vie de vos participant-e-s. Lors de la consultation, faites attention à la manière dont vous vous présentez et à la façon dont vous interagissez avec les participant-e-s. Même si

vous venez de la communauté (ou similaire), votre position de leader dans la recherche peut vous faire passer pour un-e élitiste aux yeux des participant-e-s.

**Empathie :** Il s'agit de la capacité à ressentir les émotions des gens et à imaginer ce qu'ils pensent ou ressentent en fonction de leur cadre de référence. Il existe trois types d'empathie. L'empathie cognitive est la capacité à comprendre le point de vue d'une autre personne. L'empathie émotionnelle est la capacité de ressentir ce que quelqu'un d'autre ressent. La sollicitude empathique est la capacité à déterminer (inconsciemment) ce dont une personne pourrait avoir besoin de vous.

**Engagement :** Il s'agit d'un accord formel ou informel par lequel un individu s'engage pour une cause ou une activité spécifique d'une organisation, d'une équipe ou d'un groupe. Souvent, l'engagement est le résultat d'un lien personnel ou émotionnel entre le membre et l'organisation, car ils partagent une passion et un engagement pour les mêmes causes, la même mission, la même vision et/ou les mêmes valeurs.

**Autonomisation :** C'est le processus de transfert ou de restitution du pouvoir à une personne ou à un groupe de personnes. Elle permet souvent aux individus de gagner en force, en confiance et en capacité à exercer davantage d'autorité et de contrôle sur leur vie, leurs droits et leurs choix.

**Équité** : Elle décrit la distribution équitable des opportunités, du pouvoir et des ressources pour répondre aux besoins de tous, indépendamment de l'âge, des capacités, du sexe, des revenus, du niveau d'éducation, de la culture et des antécédents.

**Recherche visant à renforcer l'équité :**

Il s'agit d'une recherche qui contribue à réduire les inégalités sociales en mettant en évidence les causes profondes des inégalités dans des domaines tels que les soins de santé, l'éducation et le droit. Ce type de recherche reconnaît les différences entre les personnes et utilise cette reconnaissance pour parvenir à l'égalité dans tous les aspects de la vie d'une personne afin de rendre la société plus juste.

**Facilitateur-riche** : Personne qui guide un groupe dans la discussion et collabore avec les participant-e-s pour créer un espace sûr. Un-e facilitateur-riche qui suit les principes féministes est conscient-e des privilèges et de la dynamique du pouvoir. Cette personne provient de la communauté des participant-e-s, ne détient pas de pouvoir significatif sur le groupe, et s'assure que la session leur appartient.

**Féminisme** : Plutôt que de constituer un seul concept, il existe un spectre de féminismes façonnés par les expériences vécues, les identités et les communautés de féministes à travers le monde.

**Féministe** : Décrit une approche qui place la transformation des rapports de force, et en particulier des rapports de force entre les sexes, au cœur de toutes les analyses ou processus de changement social. Les actions féministes en faveur du changement sont centrées sur l'autonomisation des femmes et des autres sexes marginalisés, la transformation des relations de pouvoir entre les sexes et la promotion de l'égalité entre les sexes. Les interventions féministes sont souvent envisagées dans une optique de « genre », c'est-à-dire en se demandant si l'égalité des sexes et les droits des femmes sont consciemment pris en compte et promus par le processus de changement.

**Groupe de discussion (GDD)**

Méthode de recherche fréquemment utilisée comme approche qualitative (où les réponses sont recueillies sous forme de mots) pour acquérir une compréhension approfondie des questions sociales auprès d'un groupe sélectionné d'individus<sup>13</sup>. Les groupes de discussion ont le potentiel de fournir un environnement de soutien mutuel et d'autonomisation<sup>14</sup> où les participant-e-s à la recherche partagent leurs idées et leurs expériences dans le cadre d'un groupe.

**Sensibilité au genre** : Être conscient-e de l'impact du genre sur le traitement des autres. Par exemple, valoriser l'importance du langage dans les relations de pouvoir en comprenant que certains mots peuvent avoir des significations différentes selon le sexe.

**Objectif** : Les objectifs définissent et quantifient les étapes qu'un mouvement doit franchir. Ce sont les panneaux indicateurs qui montrent les progrès réalisés dans la bonne direction. Ils sont mesurables et répondent à des questions telles que « Quand ? » et « Combien ? ». <sup>15</sup> Les objectifs visent à créer un impact spécifique. Par exemple : [L'Objectif 2035 de la YWCA Mondiale](#)<sup>16</sup> décrit une vision claire de l'avenir : « D'ici 2035, 100 millions de jeunes femmes et de filles transforment les structures du pouvoir pour créer la justice, l'égalité des sexes et un monde sans violence ni guerre, en menant un mouvement YWCA durable et inclusif pour toutes les femmes. »

**Préjudice** : Le fait de causer un tort et le résultat de ce tort. Le préjudice peut être physique, émotionnel, spirituel ou même psychologique. Le préjudice peut être causé intentionnellement ou non. Lorsqu'une personne est blessée, elle peut ne pas s'en rendre compte ou ne pas savoir comment réagir. Elle peut aussi être dans le déni. La personne qui subit un préjudice a besoin de soutien et de temps pour se rétablir et guérir.

**Hashtag** : Une étiquette pour le contenu numérique commençant par le symbole « # ». Les hashtags aident les gens à trouver rapidement du contenu sur les réseaux sociaux en fonction d'un sujet d'intérêt. Un hashtag se présente comme suit : #DroitsDesFemmes ou #JeunesFemmesAuPouvoir.

### **Syndrome de l'imposteur :**

Croyance interne persistante qui pousse une personne à douter de ses compétences, de ses talents ou de ses réalisations. Souvent, les personnes qui souffrent du syndrome de l'imposteur craignent d'être démasquées en tant que « escrocs ». Quelques exemples du syndrome de l'imposteur sont l'attribution du succès à des facteurs externes, le sabotage de vos propres progrès, le dépassement de soi et la peur de ne pas être à la hauteur des attentes. Tout le monde peut souffrir du syndrome de l'imposteur à n'importe quel moment de sa vie.

**Inclusion :** L'action d'éliminer les obstacles pour permettre une pleine participation et une pleine appartenance. L'inclusion consiste à identifier intentionnellement les difficultés, à comprendre les besoins des personnes et à fournir des aménagements raisonnables pour favoriser des espaces et des expériences équitables.

**Inclusivité :** Soutenir le sentiment d'appartenance des autres, quels qu'ils soient. L'inclusivité est atteinte lorsque les personnes ont la possibilité de partager leurs opinions et de prendre des décisions, et qu'elles se sentent respectées et valorisées, quelle que soit leur identité. Pour promouvoir l'inclusion, la YWCA Mondiale reconnaît et embrasse pleinement la diversité de race, d'ethnicité, de

santé, de statut, de classe, de caste, de handicap, d'indigène, d'âge, d'orientation sexuelle, d'identité de genre et de foi.

### **Indexation (voir [Codage](#))**

**Intergénérationnel :** Décrit les relations entre les générations et d'une génération à l'autre. Une approche intergénérationnelle est fondée sur le respect de l'expérience vécue par chaque individu, quel que soit son âge, et sur ce que nous pouvons apprendre d'eux.

### **Intersectionnel /**

**Intersectionnalité :** Terme créé par le professeur de droit Kimberlé Williams Crenshaw. Fait référence à la nature interdépendante des catégories sociales telles que la race, la classe et le sexe. Lorsque ces catégories sociales s'appliquent à un individu ou à un

groupe donné, leur chevauchement peut créer des rapports de force, des discriminations, des (dés) avantages ou des privilèges nouveaux et interdépendants.<sup>17</sup>

### **Communautés marginalisées et/ou sous-représentées :**

Groupes de personnes au sein d'une culture, d'un contexte et d'une histoire donnés qui risquent de faire l'objet de discriminations multiples en raison de l'interaction

de différentes caractéristiques ou motifs personnels, tels que le sexe, le genre, l'âge, l'appartenance ethnique, la religion ou les convictions, l'état de santé, le handicap, l'orientation sexuelle, l'identité de genre, l'éducation ou le revenu, ou le fait de vivre dans diverses localités géographiques<sup>18</sup>.

**Microagressions :** Commentaire indirect ou acte de discrimination fait inconsciemment ou involontairement par des personnes apparemment bien intentionnées. Ces expressions sont dirigées contre un membre d'un groupe marginalisé et/ou sous-représenté en raison de son sexe, de sa race, de son âge ou de toute autre forme d'identité.

**Mouvement :** Processus d'organisation et de mobilisation des communautés en réponse à des problèmes et à des préoccupations. La construction d'un mouvement peut inclure une analyse partagée des raisons de l'existence du problème, une vision commune et un programme de changement, ainsi que des stratégies à court et à long terme. La construction du mouvement exige également que les personnes impliquées définissent des principes et des mécanismes communs pour la communication, les rôles et les responsabilités, et les processus<sup>19</sup>.

**Sur-étudier :** Pratique consistant à soumettre certains groupes ou communautés (souvent ceux qui subissent une oppression systémique) à de multiples projets de recherche. Ces groupes ou communautés n'ont généralement pas leur mot à dire sur la manière dont la recherche se déroule ou sur les raisons pour lesquelles elle a lieu. Au contraire, ils devraient être les leaders ou les co-créateurs de toute recherche les concernant.

**Participant :** Une personne qui accepte de partager ses idées et ses points de vue au cours des activités de recherche.

**Participatif :** Un processus utilisant une variété de techniques pour partager le pouvoir et la propriété sur l'agenda, le processus et les résultats. Les participant-e-s sont encouragé-e-s à identifier des solutions et des actions possibles. Les méthodes visent à articuler et à partager les perspectives des groupes marginalisés et/ou sous-représentés tout en soutenant leur collaboration directe avec les personnes en position de pouvoir et d'autorité.

**Méthodologie de recherche participative :** Les participant-e-s à la recherche sont considéré-e-s comme des co-producteurs de connaissances<sup>20</sup>. Cette méthodologie est un exemple de recherche participative : La pleine participation des jeunes femmes a été essentielle pour concevoir cette méthodologie

en réponse à leurs besoins, à leurs expériences et à leurs opinions. Quatorze jeunes femmes du monde entier, issues ou non du mouvement YWCA, ont participé activement à la définition du processus, à l'élaboration de la méthodologie et à la validation du produit final.

**Partenariat :** Une relation mutuellement bénéfique entre deux ou plusieurs individus ou institutions. Dans un partenariat, les deux partenaires s'associent autour d'un objectif commun et chacun d'entre eux dispose d'une agence et d'un rôle pleinement reconnu.

**Positionnement :** Le contexte social et politique qui façonne votre identité, comme votre race, votre classe, votre genre, votre sexualité et votre statut de handicapé. Le positionnement décrit également la manière dont votre identité peut influencer, et éventuellement biaiser, votre vision du monde.

**Pouvoir :** La capacité ou la faculté d'influencer le comportement des autres ou le cours des événements – soit par l'action individuelle, soit en contribuant aux efforts collectifs.<sup>21</sup>

**Dynamique du pouvoir :** Systèmes d'influence et de contrôle sur les individus, les organisations, les gouvernements ou d'autres sphères de la vie. Les structures de pouvoir existent dans toutes les relations, dans les familles et dans les organisations. Il est important d'être attentif aux structures du pouvoir inégales et injustes pour comprendre comment elles peuvent influencer

l'action et le comportement des personnes<sup>22</sup>.

**Privilège :** L'accès immérité à des ressources (pouvoir social) qui ne sont facilement accessibles qu'à certaines personnes en raison de leur appartenance à un groupe social donné ; un avantage ou une immunité accordé ou dont bénéficie un groupe social au-delà de l'avantage conjoint partagé par tous les autres groupes. Un privilège peut être inhérent (privilège des Blancs, privilège des hommes) ou acquis avec le temps (privilège de classe, privilège des adultes).<sup>23</sup> Quel que soit le type de privilège, il s'agit du pouvoir que l'on détient en fonction de son groupe social, souvent au détriment d'un autre groupe social.

**Qualitative :** Catégorie générale d'activités de recherche où les réponses sont recueillies sous forme de mots. Les activités de recherche qualitative peuvent inclure des discussions, des questions ouvertes, des entretiens et du storytelling.

**Quantitative :** Catégorie générale d'activités de recherche où les réponses sont collectées sous forme de chiffres et de statistiques. Les activités de recherche quantitative comprennent, sans s'y limiter, les sondages, les expériences et les entretiens avec des questions fermées (telles que des questions nécessitant une réponse « oui » ou « non », à choix multiple, ou une échelle de notation).

**Racialisées (populations) :** Groupes auxquels la société a attribué

une catégorie raciale qui dicte le traitement discriminatoire ou oppressif qu'ils reçoivent, en particulier de la part des institutions officielles par le biais du racisme systémique ou institutionnel. La race est une construction sociale imposée par les dominants aux opprimés.

**Racisme :** La croyance en la supériorité inhérente d'une race sur toutes les autres et donc le droit à la domination. Il s'agit d'un système mondial d'oppression fondé sur la race. La discrimination et les injustices raciales sont ancrées dans la structure politique, économique et sociale de la société depuis des siècles. Cependant, en 2020, la vidéo du meurtre de George Floyd aux États-Unis a dépassé les frontières pour déclencher des manifestations de solidarité dans le monde entier. Ce moment a déclenché une prise de conscience raciale mondiale qui a alimenté le mouvement Black Lives Matter (BLM). Apprenez-en plus en suivant le [cours de l'UNESCO sur le racisme et la discrimination](#)<sup>24</sup>.

**Équipe de recherche :** Une ou plusieurs personnes qui donnent vie au processus de recherche. Cette personne ou ce groupe de personnes sont les organisateur-ice-s ou les praticien-ne-s qui disposent des outils, de l'expérience et des ressources nécessaires pour concevoir, faciliter et participer au processus de recherche de bout en bout.

**Espace sûr :** Des lieux en ligne ou hors ligne qui cherchent à proposer un environnement où tous les gens se sentent en sécurité, bien dans leur peau, et où ils peuvent partager leurs

expériences, leurs opinions et leurs points de vue sans crainte ou menace de préjudice politique, économique ou personnel.

**Échantillon/Échantillonnage :** Technique consistant à sélectionner un groupe restreint ou spécifique de personnes au sein d'une population afin de tirer des conclusions sur l'ensemble de la population. Un échantillon peut être constitué lorsque l'on travaille avec de grandes populations parce que l'on ne dispose pas du temps ou des ressources nécessaires pour consulter tout le monde.

**Entretien semi-structuré :** Méthode de recherche dans laquelle le/la chercheur-se engage une conversation avec un participant-e à la fois en lui posant des questions ouvertes et en l'accompagnant de questions « pourquoi » ou « comment ». Le dialogue passe librement d'un sujet à l'autre, plutôt que d'adhérer à une liste standardisée de questions<sup>25</sup>.

**Sexisme :** Stéréotypes, biais et/ou discrimination fondés sur le genre ou le sexe.

**Dichotomie sexuelle :** Action de traiter les hommes et les femmes comme des catégories distinctes, comme s'ils n'avaient rien en commun. Par exemple, ignorer que les hommes et les femmes existent en tant que genre fluide et que, par conséquent, ils peuvent apprécier les mêmes choses.

**Changement social :** Changement dans les structures de pouvoir qui gouvernent la société et dans les

normes et valeurs culturelles des individus. Le plaidoyer, la mobilisation de ressources, la création de mouvements et la transformation des structures du pouvoir par les jeunes femmes sont autant d'exemples de moyens de parvenir à un changement social.

**Storytelling :** Activité de recherche au cours de laquelle les participant-e-s partagent leurs connaissances et leurs expériences à l'aide de mots (par exemple, des récits et des anecdotes) qui constituent des outils puissants pour décrire des leçons, des idées, des concepts et des relations de cause à effet. Le storytelling est un moyen convaincant d'échanger et de consolider l'apprentissage, d'instaurer la confiance, de cultiver des normes, de transférer des connaissances, de faciliter le désapprentissage et de générer des liens émotionnels<sup>26</sup>.

**Sondage :** Il s'agit d'une méthode de recherche utilisant une liste de questions pour collecter des données auprès d'un groupe de personnes particulier. Les sondages s'appuient sur des outils (numériques ou en version papier) pour collecter les réponses.

**Population (ou groupe) cible :** La population entière, ou le groupe, qui répond aux critères ou aux caractéristiques spécifiques définis dans les objectifs de votre recherche. En d'autres termes, la population cible représente toutes les personnes que votre équipe de recherche souhaite consulter. Elle peut être définie sur la base de différentes permutations entre l'âge, l'ethnicité, la géographie et/ou le sexe. Par exemple, dans le

cadre de la YWCA Mondiale, les groupes cibles sont définis comme suit : Les femmes : 18 ans et plus, Jeunes femmes : femmes âgées de 30 ans ou moins, et Filles : Mineures, 17 ans et moins.

**Traumatisme :** Réaction émotionnelle, physiologique ou physique résultant d'une ou plusieurs expériences néfastes. Le traumatisme chronique résulte d'une exposition répétée et prolongée à des environnements très stressants. Les traumatismes complexes résultent de l'exposition à des événements multiples. Le traumatisme secondaire résulte d'un contact étroit avec une personne ayant subi un traumatisme. Le traumatisme aigu résulte d'un événement unique et isolé. Quel que soit le type, le traumatisme est souvent décrit comme une réaction de stress sans signes visibles. Les symptômes peuvent inclure des sentiments d'engourdissement, de détachement et de choc, pour n'en citer que quelques-uns. La plupart des gens vivent au moins un événement traumatisant à un moment ou à un autre de leur vie. S'il n'est pas traité correctement, le traumatisme peut avoir des effets à long terme sur le bien-être d'une personne.

**Justice transformative (JT)<sup>27</sup> :** Un cadre et une approche politiques pour répondre à la violence, aux préjudices et aux abus. Dans sa forme la plus élémentaire, la justice transformative cherche à répondre à la violence sans créer davantage de violence et/ou en s'engageant

dans la réduction des dommages pour diminuer la violence. La JT peut être considéré comme un moyen de « rétablir les choses », d'établir une « relation juste » ou de créer ensemble la justice.

**Triangulation :** Pratique consistant à utiliser plusieurs approches ou sources lors de l'analyse des données afin de renforcer la crédibilité des résultats.

**Troll :** Quelqu'un qui laisse un message en ligne intentionnellement ennuyeux ou offensant pour contrarier le destinataire ou attirer l'attention.

**Tokenism :** Lorsque des personnes appartenant à un groupe marginalisé et/ou sous-représenté semblent avoir voix au chapitre, alors qu'elles n'ont en fait que peu ou pas de choix quant à ce qu'elles font ou à la manière dont elles participent.

### **Biais inconscients/implicites :**

Les attitudes ou stéréotypes qui influencent notre compréhension, nos actions et nos décisions de manière inconsciente. Nous avons tous des biais, quelle que soit notre identité et quel que soit notre niveau d'éducation sur le sujet. Ces associations se développent dès le plus jeune âge et se poursuivent tout au long de la vie par l'exposition à des messages directs et indirects.

**Jeunes femmes :** Une catégorie générale pour les personnes, dans toute leur diversité, qui sont âgées de 16 à 35 ans (mais parfois plus jeunes ou plus âgées, en fonction de définitions organisationnelles ou culturelles spécifiques) et qui s'identifient comme femmes ou non binaires.



# Échantillonnage

## Pourquoi échantillonner et comment le faire

Un échantillon permet d'obtenir un nombre raisonnable de participant-e-s pour représenter la population cible. L'utilisation d'un échantillon est particulièrement utile lorsque le temps ou les ressources sont limités, ou lorsque votre population cible est grande.

Il existe deux méthodes d'échantillonnage : l'échantillonnage probabiliste et l'échantillonnage non probabiliste. Chaque méthode d'échantillonnage offre différentes façons de générer un échantillon.

**Gardez à l'esprit les principes directeurs suivants lors de l'échantillonnage :**

- Veillez à ce que votre échantillon soit composé d'un maximum de profils différents.
- Ne laissez pas de côté les populations difficiles à atteindre.
- Veillez à ce que l'âge, la race, le sexe, l'origine ethnique et le statut socio-économique soient représentatifs et conformes à vos objectifs de recherche.

### Méthodes d'échantillonnage probabiliste vs Méthodes d'échantillonnage non probabiliste

Tous les individus n'ont pas une chance d'être sélectionnés

Méthodes d'échantillonnage probabiliste

Méthodes d'échantillonnage non probabiliste

Principalement utilisé pour la recherche exploratoire et qualitative afin d'examiner un phénomène réel plutôt que des déductions statistiques.

Chaque membre de la population a une chance d'être sélectionné

Est la plus exempte de biais

Principalement utilisée dans la recherche quantitative

Il peut s'agir de la méthode d'échantillonnage la plus coûteuse en termes de temps et de ressources.

Il y a une plus grande probabilité de rencontrer des biais d'échantillonnage

Convient bien à la recherche exploratoire destinée à générer de nouvelles idées

Moins de ressources sont nécessaires

Produit des résultats représentatifs de l'ensemble de la population

# Méthodes d'échantillonnage probabiliste

## Échantillonnage aléatoire simple

### La population cible doit...

Contenir un nombre défini de membres qui ont tous des caractéristiques similaires.

Par exemple, une entreprise de 250 salariés.

### Comment générer cet échantillon :

Utilisez une méthode de loterie aléatoire. Attribuez un numéro à chaque membre de la population afin de protéger son identité et d'éliminer les biais. Sélectionnez ensuite au hasard autant de numéros que nécessaire pour votre échantillon.

Par exemple, choisissez au hasard les numéros de 25 employés d'une entreprise de 250 employés. Tous les employés ont une chance d'être choisis.

## Échantillonnage systématique

### La population cible doit...

Contenir un nombre fini de membres qui ont tous des caractéristiques similaires.

### Comment générer cet échantillon :

Adoptez une approche systématique. Attribuez un numéro à chaque membre de la population afin de protéger son identité et d'éliminer les biais. Sélectionnez ensuite des numéros à intervalles réguliers (c'est-à-dire dans le temps, l'espace ou l'ordre) en fonction des besoins de votre échantillon, mais veillez à ce que la liste de numéros ne contienne pas de motifs susceptibles de fausser l'échantillon.

Par exemple, une organisation caritative locale cherche à constituer un échantillon systématique de 500 bénévoles sur une population de 5 000 personnes. L'organisation caritative peut constituer son échantillon en sélectionnant une personne sur dix sur sa liste de bénévoles.

## Échantillonnage stratifié

### La population cible doit...

Être très diversifiée (également appelé hétérogène) afin de garantir que chaque caractéristique est représentée de manière proportionnelle.

Par exemple, une organisation qui cherche à améliorer ses services pour les groupes marginalisés et/ou sous-représentés doit s'assurer de la représentation des différentes orientations de genre, des groupes raciaux et ethniques.

### Comment générer cet échantillon :

Travaillez avec des sous-groupes. Commencez par la population et divisez-la en sous-groupes sur la base de critères pertinents pour vos objectifs de recherche (par exemple, le sexe, l'âge, l'appartenance ethnique, etc.) Décidez ensuite du nombre de personnes à échantillonner dans chaque sous-groupe. Enfin, utilisez l'échantillonnage aléatoire simple ou l'échantillonnage systématique pour sélectionner un échantillon dans chaque sous-groupe. Le sujet et la nature de votre consultation doivent guider les critères à utiliser pour former les sous-groupes.

## Échantillonnage à plusieurs degrés

### La population cible doit...

Être de très grande taille et ne pas avoir un nombre fini ou connu de membres.

### Comment générer cet échantillon :

Adoptez une approche progressive. Commencez par la population et répartissez-la en groupes sur la base d'une catégorisation pertinente pour vos objectifs de recherche (par exemple, la région). Sélectionnez ensuite un échantillon de vos groupes à l'aide d'un échantillonnage aléatoire simple ou d'un échantillonnage systématique. Divisez ensuite les groupes de votre échantillon en sous-groupes sur la base d'une autre catégorisation pertinente. Sélectionnez un nouvel échantillon de vos sous-groupes.

Enfin, utilisez votre nouvel échantillon de groupes pour créer un échantillon de participant-e-s à la recherche à l'aide d'un échantillonnage aléatoire simple ou d'un échantillonnage systématique.

## Méthodes d'échantillonnage non probabiliste

### Échantillonnage de réponses volontaires

#### La population cible doit :

Connaître l'existence de votre consultation afin qu'elle puisse se porter volontaire pour participer à la recherche.

#### Comment générer cet échantillon :

Faites connaître votre consultation afin que les gens puissent en prendre connaissance et décider si elle les intéresse. Ensuite, il faut donner aux gens la possibilité de se porter volontaires eux-mêmes. L'équipe de recherche peut décider de publier un appel à participation dans des lieux où votre population cible est susceptible de le voir.



Soyez conscient(e) des risques de biais et de manque de représentation lorsque vous construisez votre échantillon de cette manière.

### Échantillonnage boule de neige

#### La population cible doit :

Être composée des participant-e-s dans votre recherche qui sont disposé-e-s à recruter d'autres participant-e-s.

#### Comment générer cet échantillon :

Établissez des relations avec vos participant-e-s actuels à la recherche. Traitez-les bien et aidez-les à se sentir en confiance pour recommander cette opportunité de recherche à leur entourage (en particulier aux personnes

difficiles à contacter). Vous pouvez faciliter ce processus en leur fournissant des informations appropriées à partager.

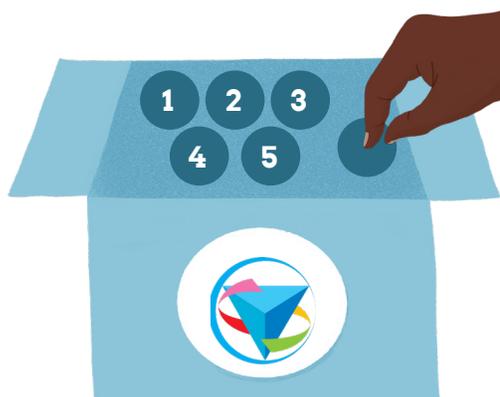
Méthodes d'échantillonnage probabiliste

Méthodes d'échantillonnage non probabiliste

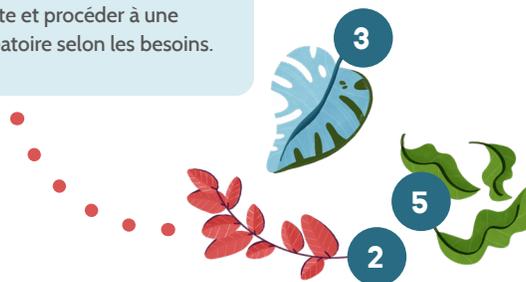
Notes

# Méthodes d'échantillonnage probabiliste

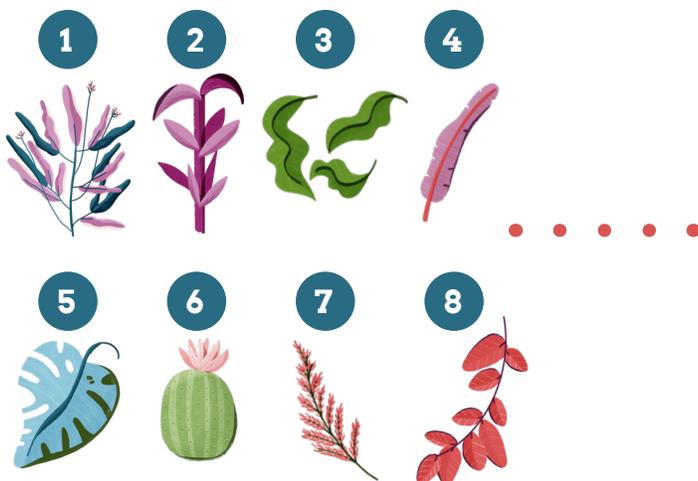
## Échantillonnage aléatoire simple



En utilisant une méthode de loterie aléatoire, attribuez un numéro à chaque plante et procédez à une sélection aléatoire selon les besoins.



## Échantillonnage systématique

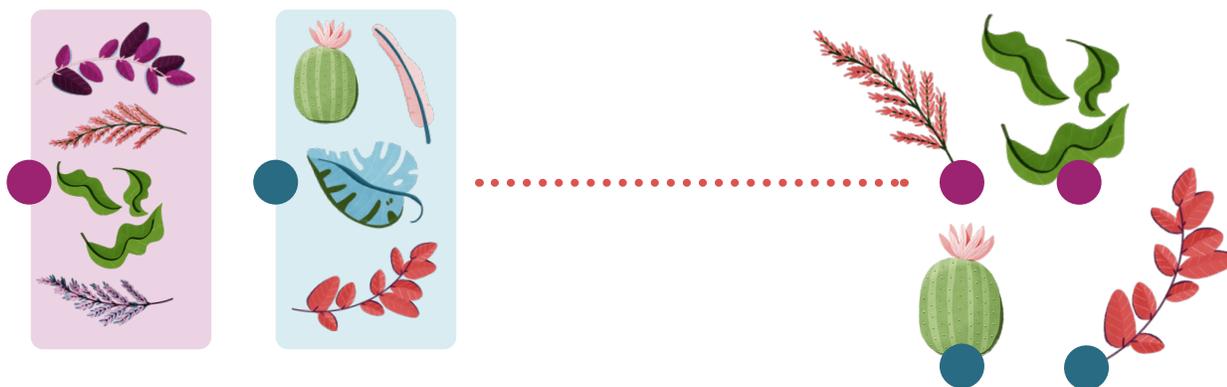


Attribuez un numéro à chaque plante et sélectionner les numéros à intervalles réguliers.



## Échantillonnage stratifié

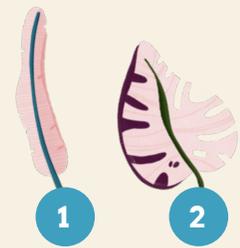
Travaillez avec des sous-groupes et divisez en sous-groupes. Décidez du nombre de personnes à échantillonner dans chaque sous-groupe et sélectionnez-les à l'aide d'un échantillonnage aléatoire ou systématique.



## Échantillonnage à plusieurs degrés

Constituez des groupes sur la base d'une catégorisation pertinente pour votre recherche. Sélectionnez un échantillon de vos groupes en utilisant un échantillonnage aléatoire simple ou systématique.

Dans cet exemple, nous divisons d'abord nos plantes par couleur et sélectionnons un échantillon en utilisant l'échantillonnage systématique, en choisissant chaque première et troisième plante.

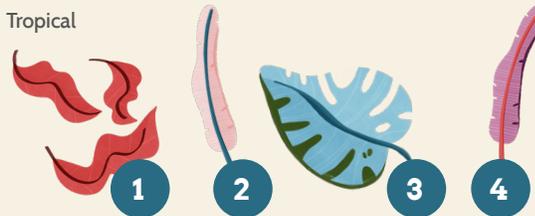


Ensuite, nous diviserons les groupes de notre échantillon en sous-groupes sur la base d'une autre catégorisation pertinente et nous sélectionnerons un nouvel échantillon dans nos sous-groupes. Maintenant, nous répartissons nos plantes en fonction du climat : sec ou tropical.

Sec



Tropical



Enfin, nous sélectionnons un nouvel échantillon pour notre recherche en utilisant un échantillonnage aléatoire simple.



# Méthodes d'échantillonnage non probabiliste

## Échantillonnage des réponses volontaires

Tania Fernandes  
@taniafernandez

Support a global movement and ignite change! Complete this survey [bit.ly/EducationForAll](https://bit.ly/EducationForAll) on online safety and security for women. It is our collective responsibility to protect #YoungWomen.

1:14 PM - 26 Feb 2022

1 Retweet 11 Likes

1 1 11

Add another Tweet

## Échantillonnage boule de neige

Tania Fernandes  
@taniafernandez

Join us on 3/1 at 1 PM and bring a friend. We will be hosting a workshop on Empowered Young Women and would love to include your voice. Sign up and RT: [bit.ly/EducationForAll](https://bit.ly/EducationForAll) #ShareYourVoice

1:14 PM - 26 Feb 2022

1 Retweet 11 Likes

1 1 11

Add another Tweet

Échantillonnage de  
réponses volontaires

Échantillonnage boule de  
neige



# Sécurité et sûreté

## Plateformes en ligne

Les plateformes en ligne, comme les réseaux sociaux et les systèmes de vidéoconférence, jouent un rôle important dans le monde d'aujourd'hui. Il est aujourd'hui plus facile que jamais d'entrer en contact avec une personne située à l'autre bout du monde. L'un des éléments les plus innovants de cette méthodologie est l'utilisation des réseaux sociaux comme outil de consultation. Cela offre un grand potentiel pour les équipes de recherche qui souhaitent effectuer des consultations à distance.

Pourtant, comme tous les outils, les plateformes en ligne présentent des risques pour la sécurité. Aucune plateforme n'est sûre à 100 %. C'est pourquoi les équipes de recherche doivent faire preuve de réflexion et de prudence lorsqu'elles utilisent des plateformes en ligne dans le cadre de leurs consultations. La sécurité et le confort des participant-e-s sont essentiels pour la consultation à distance. Avant d'entamer une consultation à distance, posez-vous ou posez les questions suivantes à votre équipe de recherche :

- Quelles plateformes en ligne pourrais-je utiliser pour impliquer les participant-e-s et collecter des données ?
- Quelles sont les limites de ces plateformes en matière de protection de la vie privée des participant-e-s ?
- Quelles sont les caractéristiques dont j'ai besoin pour impliquer les participant-e-s ? Quelles sont les plateformes en ligne qui offrent ces fonctionnalités gratuitement ou à faible coût ? Quelles sont les plateformes en ligne déjà utilisées par les participant-e-s ?
- Dois-je utiliser le compte d'une organisation ou un compte personnel ? Laquelle est la plus sûre compte tenu des besoins des participant-e-s en matière de protection de la vie privée ? Laquelle est la plus appropriée en fonction de l'opinion publique ?
- Comment vais-je stocker les données ? Qui aura accès aux enregistrements et aux résultats ?

- Que vais-je faire des données une fois la consultation terminée ?
- Quand vais-je effacer les données ?

Nous vous recommandons vivement de suivre ces conseils pour protéger votre vie privée et votre sécurité ainsi que celles de vos participant-e-s.

## Conseils de sécurité pour les réseaux sociaux

### Examinez les paramètres de confidentialité et de sécurité des plateformes de réseaux sociaux

Il existe de nombreuses plateformes de réseaux sociaux que vous pouvez utiliser dans le cadre de vos consultations. Lorsque vous choisissez une plateforme, assurez-vous de bien comprendre ses mesures de confidentialité et de sécurité. Prenez le temps d'explorer ses politiques et procédures de sécurité ainsi que ses paramètres de confidentialité. Toutes les plateformes de réseaux sociaux ont des paramètres de confidentialité (par exemple, [Facebook Security](#)<sup>28</sup>, [Instagram Security](#), [WhatsApp Security](#)<sup>29</sup>, et [Twitter Security](#)<sup>30</sup>) Consultez la page FAQ de la plateforme ou consultez des tutoriels externes. Sélectionnez ensuite la plateforme qui correspond le mieux à votre champ de recherche et à vos besoins en matière de protection de la vie privée.

### Sélectionner le niveau le plus élevé de protection de la vie privée

Quelle que soit la plateforme choisie, sélectionnez le niveau de protection de la vie privée le plus élevé dans les paramètres de confidentialité de votre compte. Faites attention à la manière dont le contenu que vous partagez peut avoir un impact sur la vie privée d'autrui. Il est possible de mettre involontairement d'autres personnes en danger en fonction de la quantité et de la qualité de vos messages. Par exemple, le fait de taguer des participant-e-s dans un message révèle leur participation

à votre consultation. Ne partagez pas publiquement les données brutes recueillies au cours de votre recherche. Par exemple, évitez de partager des captures d'écran ou des photos de documents contenant des noms ou des informations sur les participant-e-s.

### **Décidez du type de compte à utiliser : Privé, public ou organisationnel**

Évaluez les avantages et les inconvénients de mener la consultation à partir d'un compte privé ou personnel par rapport à un compte de réseaux sociaux de l'organisation. Réfléchissez à la manière dont le type de compte peut influencer sur le nombre de personnes et/ou la diversité des profils touchés par votre consultation.

### **Contrôlez qui voit les informations que vous partagez**

Utilisez les paramètres de confidentialité pour contrôler qui voit ce que vous partagez. Sur de nombreuses plateformes, vous pouvez choisir de masquer une partie ou la totalité de vos publications à des personnes spécifiques. Il s'agit d'une stratégie clé pour éviter toute interférence négative ou indésirable dans votre consultation. C'est aussi un moyen utile de protéger vos participant-e-s. Les paramètres de masquage des publications dépendent du type de compte que vous possédez et de la plateforme que vous utilisez.

### **Partagez votre position avec prudence**

Le fait d'indiquer ou de partager votre position sur des messages et des photos, ainsi que de diffuser des émissions en direct, permet à tout le monde de savoir où vous vous trouvez en temps réel. S'il est nécessaire de révéler l'endroit où vous vous trouvez à un moment donné, envisagez d'utiliser d'autres canaux ou d'autres moyens pour partager votre position. Par exemple, partagez votre position avec vos seuls « amis proches » sur les réseaux sociaux (si la plateforme propose cette fonction). Vous pouvez également envisager de partager votre position par le biais de messages textuels ou de chats de groupe.

### **Bloquer et restreindre des comptes**

Tout le monde n'est pas d'accord avec le militantisme et

la recherche. C'est particulièrement vrai lorsqu'il s'agit de questions controversées ou sensibles. Bloquez personnes harceleuses, celles qui vous mettent mal à l'aise, et les **trolls**. Lorsque vous utilisez les réseaux sociaux comme outil de consultation, vous devez veiller à ce que les participant-e-s se sentent à l'aise tout au long du processus. Préparez-vous à intervenir en cas d'agression.

### **Signalez tout contenu offensant ou inapproprié**

Certaines personnes peuvent essayer de saboter la consultation. Ces personnes peuvent publier sur votre profil des contenus qui vont à l'encontre de l'objectif de votre recherche. Signalez immédiatement tout contenu offensant en suivant les étapes de signalement de la plateforme.

### **Protégez vos mots de passe**

#### **Utilisez un mot de passe différent pour chaque**

**plateforme:** Résistez à la tentation d'utiliser toujours le même mot de passe ! L'utilisation répétée du même mot de passe augmente les risques de piratage d'un ou de plusieurs de vos comptes. Utilisez un mot de passe unique pour chaque plateforme afin de limiter l'impact à un seul compte en cas de piratage.

**Créez des mots de passe forts :** Rendez vos mots de passe complexes afin qu'ils ne puissent pas être facilement devinés. Utilisez des lettres majuscules, des chiffres et des symboles dans vos mots de passe. Ne mentionnez rien de personnel ou d'évident, comme votre nom ou votre date d'anniversaire. Gardez vos mots de passe secrets et ne les partagez pas avec d'autres personnes. Pour éviter d'oublier vos mots de passe, envisagez d'utiliser un gestionnaire de mots de passe dans votre navigateur.

#### **Désactivez l'option « enregistrer le mot de passe » dans vos navigateurs :**

Évitez d'enregistrer automatiquement les mots de passe sur votre appareil, même si vous en êtes le propriétaire. Cela empêche quiconque d'accéder à vos comptes si vous perdez votre appareil ou si vous le laissez sans surveillance. Si vous enregistrez des mots de passe dans votre navigateur, veillez à vous connecter au navigateur avant de les enregistrer. Et veillez toujours à effacer l'historique de votre navigateur ainsi que les cookies !

## Conseils de sécurité pour la visioconférence

### Examinez les paramètres de confidentialité et de sécurité des plateformes de vidéoconférence

Les plateformes de vidéoconférence permettent aux méthodes de recherche telles que les groupes de discussion et les entretiens de se dérouler à distance. Il existe de nombreuses plateformes de vidéoconférence gratuites et populaires que vous pouvez envisager d'utiliser lors de vos consultations (par exemple, Zoom, Bluejeans, Google Meet ou Skype). Commencez par passer en revue les différentes plateformes. Prenez le temps de consulter les paramètres de confidentialité, les FAQ et les didacticiels. Renseignez-vous sur les limites des plateformes en matière de protection de la vie privée. N'oubliez pas qu'aucune plateforme de vidéoconférence n'est parfaite à 100 %. Sélectionnez ensuite la plateforme qui correspond le mieux à votre champ de recherche et à vos besoins en matière de protection de la vie privée.

### Utilisez des mots de passe et/ou une fonction de salle d'attente

Certaines plateformes offrent la possibilité de créer une session protégée par un mot de passe. Envisagez de créer un mot de passe que vous communiquerez aux participant-e-s avant la session afin qu'ils puissent y accéder. Les sessions protégées par un mot de passe vous permettent de contrôler l'accès à la session. Il s'agit d'une stratégie utile pour faire de la session un espace sûr.

**Dans les instructions d'invitation à votre session, demandez aux participant-e-s de mettre à jour leur nom d'affichage sur la plateforme pour qu'il corresponde au nom utilisé à l'inscription de votre consultation. De cette façon, vous pouvez surveiller la salle d'attente et retirer toute personne qui ne figure pas sur votre liste. Dans un souci d'inclusion, vous pouvez également leur demander d'indiquer leurs pronoms.**



Dans le même but de réglementer l'accès à l'espace, vous pouvez également utiliser une salle d'attente. Une salle d'attente permet à l'organisateur de la réunion de savoir qui entre et reste dans la session. Elle permet également à l'hôte de « verrouiller » l'accès à la session une fois que tout le monde est arrivé.

Familiarisez-vous avec la procédure pour exclure un participant. Il se peut que vous deviez le faire rapidement pour assurer la sécurité de vos participant-e-s.

### Enregistrez ou utilisez les transcriptions avec prudence

De nombreuses plateformes de vidéoconférence offrent la possibilité d'enregistrer ou de créer une transcription. Ces enregistrements peuvent être très utiles pour la prise de notes. Toutefois, il est essentiel d'obtenir le consentement avant de procéder à l'enregistrement. Obtenir le consentement signifie expliquer le but de la consultation, la raison pour laquelle elle est enregistrée, l'usage que vous ferez de l'enregistrement et la date à laquelle il sera détruit. Il s'agit également de demander aux participant-e-s de confirmer leur consentement. Vous pouvez recueillir le consentement par écrit (voir le [formulaire de consentement](#)) ou verbalement au début de l'enregistrement.

### Utilisez les informations collectées avec précaution

Il est essentiel de protéger les participant-e-s en recueillant des informations confidentielles et anonymes. Réfléchissez bien aux fichiers qui sont intitulés et partagés à partir de votre consultation. Lorsque vous partagez des fichiers audio, utilisez un canal sécurisé avec un mot de passe confidentiel et détruisez tous les fichiers audio une fois la consultation terminée.

# Outils et modèles

## Pourquoi partir d'une page blanche si ce n'est pas nécessaire ?

Lors de l'élaboration de cette méthodologie, il était important pour nous de créer des outils et des modèles utiles. L'objectif de ces éléments est de vous aider à donner vie à votre consultation.

Vous pouvez utiliser les outils et les modèles tels quels ou les modifier pour les adapter au contexte de votre consultation.

Explorez cette collection d'outils et de modèles pour vous aider à démarrer avec...

- La gestion de projet
- La méthodologie de recherche

### Nous sommes là pour vous aider !

Lorsque vous utiliserez cette méthodologie, n'hésitez pas à nous contacter si vous avez des difficultés ou des questions. Nous aimerions savoir comment vous utilisez et appliquez ces outils.

**Contactez-nous à World YWCA :**  
[getinvolved@worldywca.org](mailto:getinvolved@worldywca.org)

# Guide du plan d'action

## Ce qu'il faut faire

Ce modèle vous permet de préciser les activités de votre consultation. Il vous permet de suivre la responsabilité, les délais, les ressources nécessaires, etc.

## Pourquoi

Le fait de documenter les détails vous permet de réfléchir à chaque élément de votre consultation. En posant des questions critiques, vous clarifiez les aspects clés de la recherche et vous posez des bases solides pour la réussite.

## Comment

Il s'agit de points de départ. N'hésitez pas à modifier les titres et les questions pour les adapter à vos besoins de consultation. Par exemple, s'il y a lieu, vous pouvez inclure l'identification des risques possibles, les stratégies d'atténuation, la sensibilisation des partenaires ou des sponsors, etc.

Quoi

Pourquoi

Comment

Nous sommes là pour vous aider ! [Contactez-nous si vous avez des difficultés ou des questions.](#)



# Modèle de plan d'action

Mesures à prendre	Personne responsable	Date d'achèvement	Ressources nécessaires ou dépendances	Défis potentiels	Collaborateurs
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					



# Modèle de plan d'action

Envisagez de présenter le plan d'action aux participant-e-s pour obtenir leur avis. Cela encourage la pleine participation au processus.

Actions	De quelles informations avons-nous besoin ?	Où peut-on les obtenir ?	Pour quand ?	Dialogue ouvert et réflexion Faisons-nous ce que nous avons dit que nous ferions ? Où en sommes-nous ?
<b>Questions de planification et de mise en œuvre</b>				
1				
2				
3				
4				
<b>Objectifs</b>				
1				
2				
3				
4				
<b>Impact sur les participant-e-s/ cochercheur-se-s</b>				
1				
2				
3				
4				

# Modèle de budget

## Quoi

Un outil permettant de suivre le matériel nécessaire à la réalisation de ces travaux et d'en connaître le coût.

## Pourquoi

Le suivi des coûts vous permet de rester sur la bonne voie. Un budget permet de connaître le coût de ce travail.

## Comment

Utilisez ce modèle comme guide. Supprimez ce qui ne s'applique pas à vous et ajoutez de nouvelles lignes si nécessaire.

Quoi

Pourquoi

Comment

Nous sommes là pour vous aider ! [Contactez-nous si vous avez des difficultés ou des questions.](#)

# Modèle de budget

Nom du projet

Date

Dépenses	Description	Unités	Coût par unité	Coût total
<b>Ressources humaines</b>				
Chercheur-se				
Interprète				
Traducteur-ric				
Conducteur-ric				
<b>Voyages et hébergement</b>				
Voyage				
Hébergement				
Location de voiture/van				
Tarif du bus				
Indemnité de conduite				
Carburant				
<b>Équipement technologique de recherche</b>				
Téléphones mobiles				
Modem				
Factures de connexion Internet/ téléphone portable				

# Modèle de budget

Dépenses	Description	Unités	Coût par unité	Coût total
<b>Ressources humaines</b>				
Chercheur-se				
Interprète				
Traducteur-ric				
Conducteur-ric				
<b>Voyages et hébergement</b>				
Voyage				
Hébergement				
Location de voiture/van				
Tarif du bus				
Indemnité de conduite				
Carburant				
<b>Équipement technologique de recherche</b>				
Téléphones mobiles				
Modem				
Factures de connexion Internet/ téléphone portable				
Appareil photo numérique				
Ordinateur portable				

# Modèle de budget

Dépenses	Description	Unités	Coût par unité	Coût total
<b>Équipements de recherche technologique (suite)</b>				
Logiciel anti-virus				
Toner pour imprimante				
Imprimante couleur				
<b>Matériel de recherche</b>				
Boissons/repas				
Location de salles de réunion				
Photocopies				
Papiers, marqueurs, stylos, tableaux à feuilles				
<b>Honoraires et cadeaux</b>				
Honoraires des participant-e-s				
Cadeaux pour les dirigeants communautaires				
Certificats				
<b>Publication et diffusion</b>				
Impression du Guide méthodologique				
Impression et reliure des rapports				



# Modèle de publicité

## Quoi

Un modèle pour écrire sur votre consultation et attirer des participant-e-s potentiel-le-s et d'éventuels partenaires ou sponsors.

## Pourquoi

Faire connaître votre consultation à la communauté est une première étape importante. Si vous ne faites pas connaître votre recherche, vous risquez de manquer l'occasion de susciter l'intérêt de participant-e-s, de partenaires ou de sponsors potentiels.

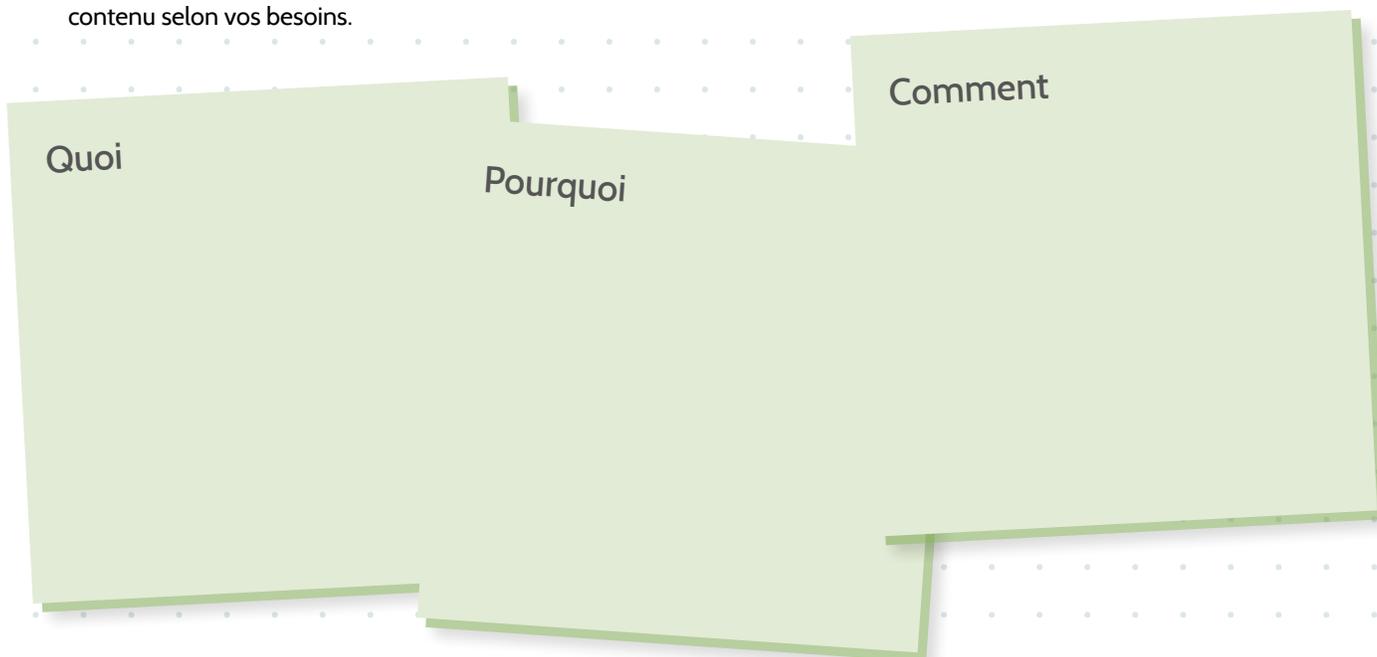
## Comment

Utilisez ce modèle comme point de départ pour la rédaction de votre message publicitaire. Vous pouvez adapter, supprimer ou ajouter de nouvelles sections de contenu selon vos besoins.

Veillez à ce que votre message soit court et précis. Utilisez un langage convivial et adapté au contexte spécifique de votre communauté. Évitez les termes trop académiques, offensants ou excluants. Prenez conscience du langage qui peut entraîner une stigmatisation sociale ou déclencher des réactions de la part des gens.

Rédigez votre message et modifiez-le ensuite. Testez votre message en le montrant à d'autres personnes et en l'adaptant en fonction des réactions.

Diffusez votre message sur des canaux où votre population cible est susceptible de le voir.



Nous sommes là pour vous aider ! [Contactez-nous si vous avez des difficultés ou des questions.](#)



# Modèle de publicité

**Thème général**

**Objectif**

**Objectif**

**Pertinence (pourquoi est-ce important ?)**

**Pourquoi votre public cible et quelle est sa valeur (par exemple, l'impact à long terme, les incitations, etc.)**

**Comment utiliserons-nous les informations que nous recueillons ?**

**Comment s'inscrire ou prendre contact avec vous si vous souhaitez participer :**

# Fiche infos des réseaux sociaux

## Quoi

Il s'agit d'un modèle de détails importants et une liste de conseils pour aider l'équipe de recherche à faire connaître la consultation en utilisant les réseaux sociaux.

## Pourquoi

Les réseaux sociaux sont un excellent outil pour faire connaître votre consultation. Lorsque vous travaillez avec une équipe de recherche, des participant-e-s et des partenaires, il peut être utile de rassembler tous les détails importants concernant les réseaux sociaux en un seul endroit. Il est ainsi facile de partager les détails de votre consultation sur les réseaux sociaux et d'augmenter votre portée.

## Comment

Remplissez la section « Informations importantes sur les réseaux sociaux pour cette consultation ». Partagez avec l'équipe de recherche, les participant-e-s et les partenaires si nécessaire. Vous pouvez ensuite vous inspirer des exemples de posts et de conseils pour promouvoir votre consultation sur les réseaux sociaux.

Quoi

Pourquoi

Comment

Nous sommes là pour vous aider ! [Contactez-nous si vous avez des difficultés ou des questions.](#)



# Fiche infos des réseaux sociaux

## Informations importantes sur les réseaux sociaux pour cette consultation

### Où nous trouver

#### Hashtag(s)

#

#

#### Site(s) web

Ajoutez tout autre élément pertinent pour votre consultation :

### Actifs numériques

#### Moyens promotionnels

Liens vers un dossier ou un site web contenant des images, des graphiques, des vidéos ou des documents pertinents (par exemple, des affiches promouvant une session en groupe de discussion) :

#### Logos

Lien vers un dossier ou un site web à télécharger :

### Principaux réseaux sociaux

Instagram @

Twitter @

Facebook @

YouTube

Ajoutez d'autres plates-formes :

### Identifiants secondaires pour les réseaux sociaux

Ajoutez les plates-formes et les identifiants des partenaires ou des sponsors, le cas échéant :

## Exemples de messages sur les réseaux sociaux

- Tout le monde mérite d'avoir une chance de s'instruire. Vous êtes une jeune femme âgée de 18 à 30 ans ? Faites entendre votre voix ! Dites-nous ce que l'éducation et le leadership signifient pour vous au cours d'une discussion de groupe. <Bit.ly/LienVersLeSite> #EducationPourTous
- Rejoignez-nous le <date et heure> au <nom de l'événement>. Nous organiserons un atelier sur l'autonomisation des jeunes femmes et nous aimerions que vous nous fassiez part de votre opinion. Inscrivez-vous dès maintenant <lien>! #JeunesFemmesAutonomes #DonnezVotreOpinion
- Soutenez un mouvement mondial et suscitez le changement ! Répondez à ce sondage <lien> sur la sécurité en ligne pour les femmes. Il est de notre responsabilité collective de protéger les #JeunesFemmes.

## Bonnes pratiques en matière de réseaux sociaux

### Adaptez vos messages aux différentes plateformes de réseaux sociaux

Rédigez votre message en fonction du ton et du style de chaque plateforme. Par exemple, les posts Instagram listent généralement de nombreux hashtags à la fin du post. En comparaison, les Tweet incluent souvent des hashtags pour remplacer des mots ou des phrases.

### Veillez à la longueur de vos messages

Les messages courts sont généralement plus performants, alors faites en sorte que votre message soit clair et succinct<sup>31</sup>. Rédigez votre message en respectant le nombre de caractères recommandé pour la ou les plateformes de réseaux sociaux. Cela peut augmenter l'engagement (par exemple, les mentions « j'aime », les réponses, les « repost », les impressions, le nombre moyen de clics sur les liens, etc.) Par exemple, le nombre de caractères recommandé pour Facebook est de 50 caractères ou moins, celui de X (*anciennement Twitter*) est compris entre 240 et 259 caractères, et celui des légendes Instagram est inférieur à 125 caractères.

### Raccourcissez les liens URL

Vous pouvez raccourcir les liens url<sup>32</sup> en utilisant des sites comme [bit.ly](#)<sup>33</sup>, [Rebrandly](#)<sup>34</sup>, and [Tiny URL](#)<sup>35</sup>. Cela permet de créer des liens personnalisés tout en réduisant le nombre de caractères.

### N'oubliez pas d'utiliser les hashtags

Établissez un plan des hashtags à inclure dans vos messages. Les hashtags sont utiles pour gagner en visibilité et peuvent être utilisés pour suivre les indicateurs d'engagement. Pour vous aider à déterminer les hashtags à utiliser, prenez le temps de rechercher des hashtags liés à vos questions de recherche. Veillez à mettre des majuscules à chaque mot de votre hashtag pour qu'il soit lisible pour les lecteurs d'écran. Il s'agit d'un moyen important de pratiquer l'inclusion sur les réseaux sociaux.

### Consolidez plusieurs liens en un seul

Faites en sorte qu'il soit facile pour votre public de trouver votre contenu à travers plusieurs liens. Utilisez un outil comme [Linktree](#)<sup>36</sup> pour consolider de nombreux liens en un lien principal. Ceci est utile si vous avez de nombreux liens liés à votre consultation (par exemple, des liens pour votre site web, un lien vers un sondage, un lien vers une feuille d'inscription pour le groupe de discussion, etc.)

### Créez un calendrier de contenu

Élaborez un calendrier de contenu (« planning des réseaux sociaux ») pour maintenir une bonne organisation. Un calendrier de contenu vous aide à planifier l'ensemble de votre contenu. Il indique la plateforme sur laquelle vous prévoyez de publier et la date et l'heure de la publication.

### **Suivez les indicateurs des réseaux sociaux**

Pour chaque article, pensez à suivre les détails des mesures comme les impressions, les reposts, les commentaires, etc. Ces indicateurs permettent de savoir quel est le jour et/ou l'heure les plus propices à l'engagement de vos followers et le type de contenu qui leur convient le mieux. De nombreuses plateformes de réseaux sociaux disposent de tableaux de bord permettant au propriétaire du compte de consulter les indicateurs.

### **La créativité est la clé pour capter l'attention**

Préparez des articles visuellement attrayants en utilisant peu de mots, des couleurs vives et des photos ou illustrations attrayantes. Nous vous recommandons de tester deux ou trois titres différents, ou lignes d'objet, pour voir ce qui fonctionne le mieux. Cela est essentiel pour capter l'attention du public, car il ne manque pas de contenu disponible sur de nombreux sujets et plateformes. Ainsi, vous serez non seulement en concurrence pour attirer leur attention, mais vous devrez les intéresser suffisamment longtemps pour qu'ils aient envie d'agir, d'autant plus que notre capacité d'attention collective se réduit<sup>37</sup>.

### **Incorporez des émojis**

Selon le contexte de votre population cible, un message peut parfois être transmis à l'aide d'émojis, qui peuvent ajouter de l'amusement et de l'humour à vos messages. Ils permettent de raccourcir le message, de le faire ressortir visuellement et d'attirer un public plus jeune. Les gifs et les émojis peuvent contribuer à donner de la visibilité à vos messages. Cela dit, ils peuvent aussi poser des problèmes. Par exemple, ils peuvent nécessiter plus de bande passante pour être chargés ou dissuader les lecteurs de cliquer sur votre contenu. Demandez l'avis de vos co-chercheur-se-s avant d'utiliser des gifs et des émojis.



Nous sommes là pour vous aider ! [Contactez-nous si vous avez des difficultés ou des questions.](#)

# Modèle d'invitation

## Quoi

Il s'agit d'un modèle d'invitation pour les participant-e-s potentiel-le-s afin de les inviter à participer à la consultation.

## Pourquoi

Cette invitation peut être adaptée et personnalisée afin de susciter l'intérêt des participant-e-s potentiel-le-s. C'est l'occasion d'indiquer clairement dans votre demande les raisons pour lesquelles les personnes concernées pourraient bénéficier du partage de leurs connaissances. La touche personnalisée vise à susciter une réaction positive et à accroître la participation.

## Comment

Ajustez ce modèle en fonction du contexte de votre consultation. Utilisez ce modèle pour diffuser un sondage, inviter un groupe (ou des individus) à participer à un groupe de discussion avec storytelling, ou inviter des individus à participer à un entretien. Veillez à fournir des détails de manière claire et succincte.

Quoi

Pourquoi

Comment

Nous sommes là pour vous aider ! [Contactez-nous si vous avez des difficultés ou des questions.](#)

# Modèle d'invitation

Cher(e) / À / Bonjour <Nom du participant>,

Je / Nous espère(-ons) que ce(tte) **lettre / courriel / message** vous trouve en bonne santé.

**Je vous écris / Nous vous écrivons** pour vous inviter à participer à un **Sondage / Groupe de discussion / Entretien** sur <Sujet>. Il s'agit d'un sujet important pour <Nom de l'organisation> car il <Pertinence - Décrivez pourquoi il est important>. <Le nom de l'organisation / je suis / votre nom> est intéressé(e) par <Sujet> car il <Objectif - Décrivez son impact prévu, son alignement sur l'organisation, etc.>. Nous espérons mieux comprendre <Question(s) de recherche> et pensons que vous serez en mesure de nous éclairer. Nous nous engageons à partager nos résultats avec la communauté et nous espérons que les connaissances collectives qui sont partagées seront utiles à votre travail et à votre parcours.

Votre participation serait grandement appréciée et nous espérons que vous **répondrez à l'enquête / vous joindrez à nous en personne / virtuellement**. Cela devrait prendre <Temps estimé>. Les modalités de participation sont les suivantes :

**Emplacement :** <Adresse (ou lien, si en distanciel)>

**Quand :** <Date(s) et heure(s). Vous pouvez dresser une liste s'il y a plusieurs options.

<Toute autre information pertinente permettant d'accroître l'intérêt et de gérer les attentes. Par exemple : repas fourni, compensation, etc.>

Si vous souhaitez participer, veuillez **confirmer votre présence** avant le <Date> par <Méthode de suivi des inscriptions.. Par exemple, répondre à cet e-mail, cliquer sur le lien d'inscription, etc.>. N'hésitez pas à nous contacter si vous avez des questions.

Nous vous remercions d'avance pour votre temps et votre attention.

Meilleures salutations,

<Votre nom et d'autres informations pertinentes. Par exemple : titre, site web, adresse électronique, numéro de téléphone.>



# Modèle d'invitation

**Cher(e) / À / Bonjour** \_\_\_\_\_,

**J'espère / Nous espérons** que ce(tte) **lettre / courriel / message** vous trouve en bonne santé.

**Je vous écris / Nous vous écrivons** pour vous inviter à participer à un **Sondage / Groupe de discussion / Entretien**

sur \_\_\_\_\_. Il s'agit d'un sujet important pour \_\_\_\_\_

car il \_\_\_\_\_. **Nom de l'organisation / je suis**

**/ votre nom** est intéressé(e) par \_\_\_\_\_ car il \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_. Nous espérons mieux comprendre

\_\_\_\_\_ et pensons que vous pourriez nous éclairer. Nous

nous engageons à partager nos résultats avec la communauté et nous espérons que les connaissances collectives qui

sont partagées seront utiles à votre travail et à votre parcours.

Votre participation serait grandement appréciée et nous espérons que vous **répondrez à l'enquête / vous joindrez**

**à nous en personne / virtuellement**. Cela devrait prendre \_\_\_\_\_. Les modalités de

participation sont les suivantes :

Emplacement : \_\_\_\_\_

Quand : \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Si vous souhaitez participer, veuillez confirmer votre présence avant le** \_\_\_\_\_ **par**

\_\_\_\_\_. **N'hésitez pas à nous contacter si vous avez des**

**questions.**

Nous vous remercions d'avance pour votre temps et votre attention.

Meilleures salutations,

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

# Modèle de formulaire de consentement

## Quoi

Il s'agit d'un accord pour partager les détails de la consultation et obtenir le consentement de chaque participant.

## Pourquoi

Le consentement est la première étape de l'engagement avec un participant. Obtenir le consentement signifie expliquer l'objectif de la consultation, la raison pour laquelle elle a lieu, la manière dont vous utiliserez les informations et la date à laquelle elles seront détruites. Il s'agit également de demander aux participant-e-s de confirmer leur consentement. C'est une preuve de respect à l'égard du participant et cela montre que vous l'appréciez et que vous appréciez sa contribution.

## Comment

Remplissez le modèle suivant. N'hésitez pas à adapter ou à ajouter des sections en fonction du contexte de votre consultation.

Quoi

Pourquoi

Comment

Nous sommes là pour vous aider ! [Contactez-nous si vous avez des difficultés ou des questions.](#)

# Modèle de formulaire de consentement

## Introduction

### **Nom du projet**

Indiquez le nom de votre consultation.

### **Brève introduction à la recherche**

Présentez le projet en trois phrases.

### **Pourquoi cette recherche ?**

Expliquez l'objectif de la recherche.

### **Que faisons-nous ?**

Expliquez le contexte dans lequel la recherche est menée et son importance.

### **Que se passe-t-il si vous décidez de participer à la recherche ?**

Décrit la phase de collecte des données de la recherche, les sujets qui seront abordés et les personnes qui mettront en oeuvre la consultation.

### **Y a-t-il une obligation de participer à la recherche ?**

Précisez que la participation à la consultation est totalement volontaire.

# Modèle de formulaire de consentement

## Préserver la sécurité et la confidentialité de vos informations

### **Comment nous utiliserons et conserverons vos informations**

Décrivez comment vous envisagez d'utiliser et de conserver les informations collectées au cours de la consultation.

(par exemple : Les informations que vous nous fournissez sont strictement protégées. Cela signifie que les données seront totalement anonymes et confidentielles et qu'elles ne seront utilisées que pour cette recherche. Il est très important que vous sachiez que votre identité ne sera pas divulguée. Nous prendrons des notes et enregistrerons cette conversation si vous nous en donnez l'autorisation. Le but de l'enregistrement est de nous aider au cas où nous oublierions quelque chose dans nos notes. L'enregistrement audio sera supprimé une fois la recherche terminée.)

### **Comment en savoir plus sur la recherche ?**

Fournissez les coordonnées d'une ou plusieurs personnes de l'équipe de recherche qui peuvent être contactées si des informations supplémentaires sont nécessaires.

### **Que se passe-t-il si vous ne souhaitez plus participer à la recherche ?**

Expliquer que, s'agissant d'un exercice volontaire, la personne est libre de choisir de ne pas répondre à une ou plusieurs questions. Le ou la participant·e peut même se retirer de la session à tout moment pour n'importe quelle raison.

### **Services de soutien dont vous pouvez bénéficier**

Dressez la liste des services d'aide dont le ou la participant·e peut bénéficier.

# Modèle de formulaire de consentement

## Consentement

- J'ai lu et compris les informations contenues dans ce document / on m'a lu les informations.
- Je comprends ce que vous allez faire pendant la consultation.
- Je comprends que je peux interrompre le processus à tout moment et que je ne dois pas répondre aux questions si je souhaite les ignorer.
- Je sais à qui je peux m'adresser si je me sens mal à l'aise ou si cette procédure m'inquiète.
- Je comprends que mon identité restera confidentielle au cours de cette procédure.
- Je consens à ce qu'on m'enregistre.

**Nom du participant**

**Nom / initiales / empreintes digitales OU consentement verbal**

**Date**



# Modèle de formulaire de consentement

## Introduction

**Nom du projet**

**Brève introduction à la recherche**

**Pourquoi cette recherche ?**

**Que faisons-nous ?**

**Que se passe-t-il si vous décidez de participer à la recherche ?**

**Y a-t-il une obligation de participer à la recherche ?**



# Modèle de formulaire de consentement

**Préserver la sécurité et la confidentialité de vos informations**

**Comment nous utiliserons et  
conserverons vos informations**

**Comment en savoir plus sur la  
recherche ?**

**Que se passe-t-il si vous ne souhaitez  
plus participer à la recherche ?**

**Services de soutien dont vous pouvez bénéficier**



# Modèle de formulaire de consentement

## Consentement

- J'ai lu et compris les informations contenues dans ce document / on m'a lu les informations.
- Je comprends ce que vous allez faire pendant la consultation.
- Je comprends que je peux interrompre le processus à tout moment et que je ne dois pas répondre aux questions si je souhaite les ignorer.
- Je sais à qui je peux m'adresser si je me sens mal à l'aise ou si cette procédure m'inquiète.
- Je comprends que mon identité restera confidentielle au cours de cette procédure.
- Je consens à ce qu'on m'enregistre.

**Nom du participant**

**Nom / initiales / empreintes digitales OU consentement verbal**

**Date**

# Modèle de formulaire de consentement à l'enregistrement et à l'image

## Quoi

Il s'agit d'un accord pour partager les détails et obtenir le consentement du participant s'il est prévu d'enregistrer et/ou de prendre des images pendant la session. Les enregistrements et les images peuvent être créés à des fins de recherche ou à des fins promotionnelles, ou les deux.

## Pourquoi

La transparence est importante et l'obtention du consentement est essentielle pour établir la confiance avec les participant-e-s. Obtenir le consentement signifie expliquer le but de l'enregistrement et/ou des images, comment elles seront utilisées et quand elles seront détruites. Il s'agit de demander aux participant-e-s de confirmer qu'ils ou elles ont compris la consultation en donnant leur consentement officiel. C'est une preuve de respect envers le ou la participant-e, car cela montre que vous l'appréciez et que vous appréciez sa contribution.

## Comment

Complétez le modèle. N'hésitez pas à adapter ou à ajouter des sections en fonction du contexte de votre consultation. N'oubliez pas d'obtenir au préalable le consentement de vos participant-e-s d'accepter de faire partie de votre recherche. Vous pouvez combiner ce formulaire de consentement à l'enregistrement et à l'image avec le [Formulaire de consentement](#) original. Vous pouvez également les conserver sous la forme de deux formulaires distincts.

Quoi

Pourquoi

Comment

Nous sommes là pour vous aider ! [Contactez-nous si vous avez des difficultés ou des questions.](#)

# Modèle de formulaire de consentement à l'enregistrement et à la prise d'images

## Introduction

**Nom du projet**

**Date de la session**

**Lieu de la session ou lien virtuel**

**Heure de la session**

Merci d'avoir participé à notre consultation ! Nous souhaitons filmer et/ou prendre des photos pendant la session d'aujourd'hui.

Veillez lire les détails suivants concernant l'enregistrement et/ou les images. Après lecture, veuillez parapher et signer ci-dessous si vous êtes d'accord.

## Enregistrement

### Objectif de l'enregistrement :

- Uniquement à des fins de recherche
- Uniquement à des fins promotionnelles
- À des fins de recherche et de promotion

### Détails sur l'objectif de l'enregistrement

Expliquez plus en détail pourquoi vous enregistrez.

(par exemple : L'enregistrement sera utilisé à des fins internes pour s'assurer que nous n'avons rien oublié lorsque nous avons pris des notes pendant la session. L'enregistrement permettra également aux membres de notre équipe de recherche qui n'ont pas pu être présents aujourd'hui d'entendre vos commentaires).

### Comment nous utiliserons et conserverons vos informations

Décrivez comment vous envisagez d'utiliser et de conserver les informations recueillies au cours de la consultation.

(par exemple : Les informations que vous nous fournissez sont strictement protégées. Cela signifie que les données seront totalement anonymes et confidentielles et qu'elles ne seront utilisées que pour cette recherche. Il est très important que vous sachiez que votre identité ne sera pas divulguée. L'enregistrement audio sera supprimé une fois la recherche terminée.)

# Modèle de formulaire de consentement à l'enregistrement et à la prise d'images

## Image

- Objectif des images :
- Uniquement à des fins de recherche
- Uniquement à des fins promotionnelles
- À des fins de recherche et de promotion

### Détails sur l'objectif des images

Expliquez plus en détail pourquoi vous capturez des images.

(par exemple : Les images seront utilisées à des fins promotionnelles pour montrer une capture d'écran de la session virtuelle).

### Comment nous utiliserons et conserverons vos images

Décrivez comment vous envisagez d'utiliser et de conserver les images prises pendant la consultation.

(par exemple : Nous publierons la capture d'écran sur les réseaux sociaux pour remercier les participant-e-s à la session d'aujourd'hui et promouvoir les détails d'une autre session à venir. La capture d'écran originale sera sauvegardée en tant qu'outil promotionnel dans les archives de notre équipe. L'image sera supprimée une fois la recherche terminée.)

## Consentement

- Je donne mon accord à <Votre nom / Nom de l'organisation>:
- J'ai lu et compris les informations contenues dans ce document / on m'a lu les informations.
- Je consens à ce que des enregistrements audio et/ou vidéo soient réalisés à mon sujet.
- Je consens à ce qu'on me prenne en photo.
- Je consens à l'utilisation de citations provenant de la ou des sessions, de photographies, de vidéos ou de reproductions de moi, ainsi qu'à l'enregistrement de ma voix, en tout ou en partie.
- (Si à des fins promotionnelles) Je comprends que cette utilisation peut avoir lieu dans des publications, dans des journaux, des magazines et d'autres médias imprimés, à la télévision, à la radio et dans des médias électroniques (y compris sur internet), et/ou dans des mailings.

**Nom du participant**

**Signature du participant**

**Date**

**Signé à (lieu)**

# Modèle de formulaire de consentement à l'enregistrement et à la prise d'images

**Si vous êtes mineur·e, un parent ou un tuteur légal devra fournir son nom et sa signature.**

Je, <Nom du parent ou du tuteur légal>, donne mon consentement et mon autorisation au nom de <Nom du participant>.

**Nom du parent ou du tuteur légal**

**Signature du parent ou du tuteur légal**

**Nom du témoin**

**Signature du témoin**



# Modèle de formulaire de consentement à l'enregistrement et à la prise d'images

## Introduction

**Nom du projet**

**Date de la session**

**Lieu de la session ou lien virtuel**

**Heure de la session**

Merci d'avoir participé à notre consultation ! Nous souhaitons enregistrer et/ou prendre des photos pendant la session d'aujourd'hui.

Veuillez lire les détails suivants concernant l'enregistrement et/ou les images. Après lecture, veuillez parapher et signer ci-dessous si vous êtes d'accord.

## Enregistrement

### Objectif de l'enregistrement :

- Uniquement à des fins de recherche
- Uniquement à des fins promotionnelles
- À des fins de recherche et de promotion

**Détails sur l'objectif de l'enregistrement**

**Comment nous utiliserons et conserverons vos informations**



# Modèle de formulaire de consentement à l'enregistrement et à la prise d'images

## Image

- Objectif des images :
- Uniquement à des fins de recherche
- Uniquement à des fins promotionnelles
- À des fins de recherche et de promotion

### Détails sur l'objectif des images

### Comment nous utiliserons et conserverons vos images

## Consentement

- Je consens à \_\_\_\_\_ :
- J'ai lu et compris les informations contenues dans ce document / on m'a lu les informations.
- Je consens à ce que des enregistrements audio et/ou vidéo soient réalisés à mon sujet.
- Je consens à ce qu'on me prenne en photo.
- Je consens à l'utilisation de citations provenant de la ou des sessions, de photographies, de vidéos ou de reproductions de moi, ainsi qu'à l'enregistrement de ma voix, en tout ou en partie.
- (Si à des fins promotionnelles) Je comprends que cette utilisation peut avoir lieu dans des publications, dans des journaux, des magazines et d'autres médias imprimés, à la télévision, à la radio et dans des médias électroniques (y compris sur internet), et/ou dans des mailings.

**Nom du participant**

**Signature du participant**

**Date**

**Signé à (lieu)**



# Modèle de formulaire de consentement à l'enregistrement et à la prise d'images

**Si vous êtes mineur·e, un parent ou un tuteur légal devra fournir son nom et sa signature.**

Je, \_\_\_\_\_, donne mon consentement et mon autorisation au nom de  
\_\_\_\_\_.

**Nom du parent ou du tuteur légal**

**Signature du parent ou du tuteur légal**

**Nom du témoin**

**Signature du témoin**

# Modèle de rapport de progrès

## Quoi

Un rapport pour le suivi régulier de votre travail / de la recherche.

## Pourquoi

Pour rester sur la bonne voie ! Remplissez votre rapport d'avancement afin de réfléchir et d'identifier les points sur lesquels vous devez concentrer votre énergie à l'avenir. Si vous travaillez avec un groupe, veillez à consacrer du temps pour remplir ensemble votre rapport de progrès.

## Comment

Adaptez ce modèle aux besoins de votre équipe de recherche. N'oubliez pas d'inclure activement les participant-e-s et leurs commentaires dans toutes les activités de suivi.

Quoi

Pourquoi

Comment

Nous sommes là pour vous aider ! [Contactez-nous si vous avez des difficultés ou des questions.](#)



# Modèle de rapport de progrès

Nom du projet

Date

## Qu'est-ce qui a bien fonctionné cette semaine (ou tout autre rythme convenu) ?

Il peut s'agir du temps, du budget, des canaux de communication, du nombre de personnes touchées, du nombre de participant-e-s, et bien plus encore !

Action	Indicateur	Statut Terminé ou en cours	Qui a travaillé sur ce projet ?	Dialogue ouvert et réflexion (Faisons-nous ce que nous avons dit que nous ferions ? Comment allons-nous faire ?)

## Quels ont été les défis à relever et y a-t-il des ajustements à apporter ?

Action	Qui a travaillé sur ce projet ?	Dialogue ouvert et réflexion (Faisons-nous ce que nous avons dit que nous ferions ? Comment allons-nous faire ?)



# Modèle de suivi et de vérification de projet

## Quoi

Il s'agit d'un modèle pour recueillir des informations quantitatives et qualitatives sur votre consultation.

## Pourquoi

L'examen de votre travail est un excellent moyen d'évaluer l'impact et les possibilités d'amélioration. Il est important de savoir ce qui s'est bien passé et ce qui s'est mal passé. Le retour d'informations provenant de différents points de vue permet de dresser un tableau de ce qui s'est passé et de la manière dont vous pouvez vous améliorer la prochaine fois.

## Comment

Ajustez ce modèle en fonction des activités utilisées pour votre consultation. Pour le retour d'information qualitatif, vous pouvez enregistrer vos propres commentaires si vous étiez le ou la seul-e chercheur-se. Ou ajouter des lignes supplémentaires s'il y a plus de chercheur-se-s.

Vous pouvez également ajouter des lignes pour recueillir les commentaires des participant·e·s. N'excluez personne en demandant des commentaires ! Recueillez les réactions d'un large éventail de participant·e·s, y compris celles et ceux qui ont été difficiles à atteindre lors de votre consultation. N'oubliez pas de coder les réponses des participant·e·s afin de protéger leur confidentialité.

Quoi

Pourquoi

Comment

Nous sommes là pour vous aider ! [Contactez-nous si vous avez des difficultés ou des questions.](#)



# Modèle de suivi et de vérification de projet

## Suivi quantitatif et examen de votre consultation

(nombre, temps, budget)

Méthode de recherche	Qui a été impliqué ?	Nombre de personnes
Sondage	Chercheur-se	
	Participant-e-s	
Groupes de discussions	Chercheur-se	
	Participant-e-s	
Entretiens	Chercheur-se	
	Participant-e-s	

Méthode de recherche	Durée prévue	Durée réelle
Sondage		
Groupes de discussions		
Entretiens		

Méthode de recherche	Budget prévu	Coûts réels
Sondage		
Groupes de discussions		
Entretiens		



# Modèle de suivi et de vérification de projet

## Suivi qualitatif et examen de votre consultation

(retour d'information, commentaires, suggestions)

Méthode de recherche	Commentaires de Insérer le nom ou le code	Qu'est-ce qui s'est bien passé ?	Qu'est-ce qui n'a pas fonctionné ?
Sondage	Chercheur-se		
	Participant-e-s n° 1		
	Participant-e-s n° 2		
	Participant-e-s n° 3		
Groupe de discussion	Chercheur-se		
	Participant-e-s n° 1		
	Participant-e-s n° 2		
	Participant-e-s n° 3		
Entretiens	Chercheur-se		
	Participant-e-s n° 1		
	Participant-e-s n° 2		

Suggestions d'amélioration	Dialogue ouvert et réflexion Avons-nous fait ce que nous avons dit ? Quels sont nos résultats ?

# Modèle de checklist pour l'évaluation

## Quoi

Il s'agit d'une checklist pour évaluer votre consultation.

## Pourquoi

Pour aller de l'avant, il est utile de savoir ce qui s'est bien passé et ce qui s'est mal passé lors de la consultation. Il y a toujours une opportunité d'améliorer ou de repenser les choses avant la prochaine fois !

## Comment

Utilisez cette checklist comme base pour des questions d'approfondissement à discuter avec votre équipe de recherche et les participant-e-s.

Quoi

Pourquoi

Comment

Nous sommes là pour vous aider ! [Contactez-nous si vous avez des difficultés ou des questions.](#)



# Modèle de checklist pour l'évaluation

**Nom du projet**

**Date**

## Évaluez la situation dans son ensemble

- Comment les résultats peuvent-ils faire progresser les connaissances ?
- Comment les résultats et les implications peuvent-ils être présentés comme dignes d'intérêt ? Comment les résultats peuvent-ils être amplifiés ?
- Comment les résultats peuvent-ils être utilisés pour informer le mouvement féministe au sens large ou d'autres mouvements ?
- Comment cette méthodologie pourrait-elle être réutilisée à l'avenir ?
- Y a-t-il d'autres personnes qui pourraient bénéficier des informations recueillies par l'équipe de recherche ? De qui s'agit-il et comment pouvez-vous les impliquer ?
- Comment les résultats peuvent-ils être diffusés plus largement ?

## Évaluez l'expérience des participant·e·s

- Le groupe s'est-il senti inclus et valorisé à tous les stades ?
- Le groupe s'est-il senti mal à l'aise ou désengagé à un moment ou à un autre ?
- Le groupe a-t-il pensé que les méthodes de recherche choisies étaient les bonnes ?
- Quels changements recommande le groupe à l'avenir ?
- Le groupe avait-il besoin d'un soutien supplémentaire ou d'une aide qu'ils n'ont pas reçue ?
- Le groupe a-t-il compris la valeur de sa contribution et la manière dont les résultats seront utilisés ?

## Évaluez vos résultats

- Avez-vous résumé les résultats ?
- Les conclusions sont-elles claires et concises ? Faciles à comprendre ?
- Comment les résultats reflètent-ils les objectifs initiaux de la recherche ?
- Comment avez-vous partagé les résultats avec les participant·e·s ?
- Quel est l'impact des résultats sur les participant·e·s ?
- Les participant·e·s demandent-ils ou elles des modifications ? Si oui, à quel sujet ?
- Quel est votre plan pour partager les résultats dans un format digeste (en interne avec votre organisation, avec la communauté, etc.)
- Quels sont les moyens innovants que vous envisagez pour utiliser les résultats au-delà du champ d'application ? Par exemple, obtenir l'autorisation des participant·e·s pour partager leurs citations et leurs images sur les réseaux sociaux, les newsletters et les sites web, ou créer des vidéos ou des podcasts.
- Quel est votre plan pour garantir que les résultats sont essentiels aux objectifs de votre organisation ? Par exemple, comment pourraient-ils être intégrés en tant qu'apprentissages pour la planification et la fixation d'objectifs ?
- Quels sont les enseignements tirés par l'équipe de recherche ? Qu'est-ce qui a bien fonctionné ? L'équipe a-t-elle rencontré des difficultés particulières ? Qu'est-ce que l'équipe ferait différemment la prochaine fois ?

# Modèle de développement de question de recherche

## Quoi

Un outil pour guider votre équipe dans la réflexion sur vos questions de recherche.

## Pourquoi

Vos questions de recherche sont le cœur et l'âme de votre consultation. En quelques mots, les questions de recherche décrivent ce que vous voulez apprendre et comment vous allez le faire. Elles renvoient aux objectifs de votre recherche tout en donnant des indications sur la manière de progresser.

## Comment

Commencez par écrire vos questions et sous-questions dans la première colonne. Ces questions doivent être liées à vos objectifs généraux. N'oubliez pas d'utiliser un langage facile à comprendre et exempt de jargon.

Identifiez ensuite le type de données qui seront utiles pour répondre à vos questions. N'oubliez pas que vous pouvez choisir une option ou les deux (qualitative ou quantitative) pour chaque question (cela dépend du degré de détail et de la quantité d'informations que vous souhaitez recueillir).

Précisez ensuite les méthodes de recherche (sondages, groupes de discussion et/ou entretiens) les plus appropriées pour chaque question. Vous pouvez utiliser une, deux ou les trois méthodes pour chaque question, en fonction du niveau de détail des informations requises.

Enfin, décidez s'il est judicieux d'utiliser la méthodologie telle qu'elle a été conçue ou si vous devez l'adapter et de quelle manière.

Quoi

Pourquoi

Comment

Nous sommes là pour vous aider ! [Contactez-nous si vous avez des difficultés ou des questions.](#)



# Modèle de questionnaire

## Quoi

Il s'agit d'une liste de questions types à adapter à votre consultation.

## Pourquoi

Un questionnaire est un élément important de votre boîte à outils méthodologique. Il vous guide dans la manière d'impliquer les participant·e·s et dans les questions à leur poser.

## Comment

Utilisez ces exemples de questions comme modèle pour votre consultation. N'hésitez pas à modifier, supprimer ou ajouter de nouvelles questions. Pour certaines questions, des conseils utiles sont donnés sur la manière d'organiser et d'analyser les réponses.

Nous avons inclus quelques questions pour guider la discussion.

Vous pouvez faire preuve de créativité dans la formulation de certaines questions. Par exemple, vous pouvez poser une question d'évaluation en posant une affirmation et en demandant aux gens, sur une échelle de 1 à 5, s'ils sont d'accord ou non (1 étant en désaccord et 5 étant d'accord).

Quoi

Pourquoi

Comment

Nous sommes là pour vous aider ! [Contactez-nous si vous avez des difficultés ou des questions.](#)

# Modèle de questionnaire

## Rappel pour le ou la facilitateur·rice

Il est important que cela ressemble à une conversation. Assurez-vous que les participant·e·s ont la possibilité de partager librement leurs expériences et leurs opinions. Cela peut signifier que la discussion s'écarte de cette liste. Certaines questions peuvent ne pas être abordées du tout ou l'être à un moment ultérieur de la discussion. Ce questionnaire est plus un guide qu'un script.

1. Vous diriez-vous militant·e dans vos actions ou idées ?

Oui

Non

2. Qu'est-ce qui fait de vous une personne militant·e ?  
Vous n'êtes pas militant·e ? Passez cette question !

3. Vous identifiez-vous comme féministe ?

Oui

Non

4. Que signifie le féminisme pour vous ? Ce n'est pas grave si vous ne vous identifiez pas comme féministe. Votre avis nous intéresse toujours !

### Conseil utile

Ces réponses peuvent être classées en trois catégories :

- Expérience personnelle
- Droits humains de toutes les femmes/ diversité
- L'égalité entre les hommes et les femmes

5. Vous décririez-vous comme travaillant (professionnellement ou non) pour une forme quelconque de changement social ?

Oui

Non

6. Quelle a été votre motivation à œuvrer pour le changement social ?

### Conseil utile

Ces réponses peuvent être classées en quelques catégories :

- Expérience personnelle
- Expérience d'un proche
- Un besoin que je constate dans ma communauté
- Événements mondiaux
- Autres

7. Sur quel(s) domaine(s) ou problème(s) travaillez-vous (ou votre organisation) ?

# Modèle de questionnaire

8. Quelles sont les questions essentielles qui, selon vous, ne sont pas abordées par les organisations ?

9. Selon vous, quelles sont les questions sociétales sur lesquelles il est difficile de mobiliser les gens ?

10. Quel a été votre principal défi lors de votre participation au changement social ou à l'organisation de la société civile ?

## Conseil utile

Ces réponses peuvent être classées en quelques catégories :

- Interne
- Externe

## Idée de validation

Postez (de manière anonyme) une réponse de chaque catégorie et proposez aux participant-e-s de réagir à cette réponse à l'aide du thermomètre.

11. Quelles sont les structures sociales qui influencent votre organisation ? (par exemple, la communauté, l'école, la famille, les partis politiques, les institutions religieuses, etc.)

## Idée de validation

Reprenez les thèmes analysés dans les réponses et les formuler sous forme de nouvelles questions. Postez-les pour que les participant-e-s y réagissent.

Par exemple :

« Quel est l'impact de [la famille] sur votre organisation ? Vos réponses peuvent être positives ou négatives ».

12. Quels outils technologiques et quelles plateformes utilisez-vous pour vous organiser, trouver des ressources et rendre votre travail visible ? Comment les utilisez-vous ?

## Conseil utile

Ces réponses peuvent être classées en quelques catégories :

- Réseaux sociaux
- Sites de crowdfunding
- Radio
- Vidéos
- Autres

## Idée de validation

Affichez les cinq catégories principales et demandez aux jeunes femmes comment elles les utilisent.

# Modèle de questionnaire

13. Si cela n'a pas été fait dans la question précédente : Utilisez-vous (ou votre organisation utilise-t-elle) les réseaux sociaux pour organiser votre travail ? Dans l'affirmative, pourriez-vous nous donner un exemple ?

14. Quels sont les défis (s'il y en a) que vous rencontrez dans l'utilisation de la technologie pour vos efforts d'organisation ?

- Cyberharcèlement
- Coût de l'accès
- Connexion/service peu fiable
- Manque de connaissances et/ou de capacités
- Autre (à décrire)

15. Quelles sont vos relations (ou celles de votre organisation) avec d'autres groupes de jeunes femmes à un niveau local ?

16. Quelles sont vos relations (ou celles de votre organisation) avec d'autres groupes de jeunes femmes dans votre pays ?

17. Quelles sont vos relations (ou celles de votre organisation) avec d'autres groupes de jeunes femmes dans d'autres parties du monde ?

18. Quelles plateformes utilisez-vous pour collaborer et/ou entrer en contact avec d'autres jeunes femmes dans le monde ?

## **Idée de validation**

Postez (de manière anonyme) les réponses les plus courantes et proposez aux participant-e-s de réagir à l'aide du thermomètre.

19. Quelles sont les possibilités de mise en contact pour les jeunes femmes que vous connaissez ?

## **Idée de validation**

Postez (de manière anonyme) les réponses les plus courantes et proposez aux participant-e-s de réagir à l'aide du thermomètre.

# Modèle de questionnaire

20. Selon vous, quelles sont les possibilités de mise en contact qui font défaut aux jeunes femmes intéressées par le changement social ?

## Idée de validation

Postez (de manière anonyme) les réponses les plus courantes et proposez aux participant-e-s de réagir à l'aide du thermomètre.

21. Quelle est la diversité des voix des jeunes femmes au sein de l'organisation des jeunes femmes ? Qui est « laissé pour compte » ?

22. Y a-t-il des jeunes femmes qui sont exclues de vos efforts d'organisation ? Dans l'affirmative, qui sont-ils et pourquoi sont-ils laissés de côté ? Quels sont les acteurs locaux qui soutiennent ou devraient soutenir l'organisation des jeunes femmes ?

23. Quels sont les acteurs locaux qui soutiennent ou devraient soutenir l'organisation des jeunes femmes ?

## Idée de validation

Reprenez les thèmes analysés dans les réponses et les formuler sous forme de nouvelles questions. Postez-les pour que les participant-e-s y réagissent.

Par exemple :

« Comment [les agences gouvernementales] devraient-elles soutenir l'organisation des jeunes femmes ? »

24. Quels sont les acteurs internationaux qui soutiennent ou devraient soutenir l'organisation des jeunes femmes ?

## Idées pour la validation

Reprenez les thèmes analysés dans les réponses et les formuler sous forme de nouvelles questions. Postez-les pour que les participant-e-s y réagissent.

Par exemple :

« Comment [les agences des Nations Unies] devraient-elles soutenir l'organisation des jeunes femmes ? »

25. Y a-t-il d'autres choses que nous n'avons pas abordées et que vous aimeriez partager ?



# Modèle de questionnaire

## Rappel pour le ou la facilitateur·rice

Il est important que cela ressemble à une conversation. Assurez-vous que les participant·e-s ont la possibilité de partager librement leurs expériences et leurs opinions. Cela peut signifier que la discussion s'écarte de cette liste. Certaines questions peuvent ne pas être abordées du tout ou l'être à un moment ultérieur de la discussion. Ce questionnaire est plus un guide qu'un script.

1. Vous diriez-vous militant·e dans vos actions ou idées ?

- Oui
- Non

2. Qu'est-ce qui fait de vous une personne militant·e ?  
Vous n'êtes pas militant·e ? Passez cette question !

3. Vous identifiez-vous comme féministe ?

- Oui
- Non

4. Que signifie le féminisme pour vous ? Ce n'est pas grave si vous ne vous identifiez pas comme féministe. Votre avis nous intéresse toujours !

5. Vous décririez-vous comme travaillant (professionnellement ou non) pour une forme quelconque de changement social ?

- Oui
- Non

6. Qu'est-ce qui vous a motivé(e) à travailler pour le changement social ?

7. Sur quel(s) domaine(s) ou problème(s) travaillez-vous (ou votre organisation) ?



# Modèle de questionnaire

8. Quelles sont les questions essentielles qui, selon vous, ne sont pas abordées par les organisations ?

9. Selon vous, quelles sont les questions sociétales sur lesquelles il est difficile de mobiliser les gens ?

10. Quel a été votre principal défi lors de votre participation au changement social ou à l'organisation de la société civile ?

11. Quelles sont les structures sociales qui influencent votre organisation ? (par exemple, la communauté, l'école, la famille, les partis politiques, les institutions religieuses, etc.)

12. Quels outils technologiques et quelles plateformes utilisez-vous pour vous organiser, trouver des ressources et rendre votre travail visible ? Comment les utilisez-vous ?



## Modèle de questionnaire

13. Si cela n'a pas été fait dans la question précédente : Utilisez-vous (ou votre organisation utilise-t-elle) les réseaux sociaux pour organiser votre travail ? Dans l'affirmative, pourriez-vous nous donner un exemple ?

14. Quels sont les défis (s'il y en a) que vous rencontrez dans l'utilisation de la technologie pour vos efforts d'organisation ?

15. Quelles sont vos relations (ou celles de votre organisation) avec d'autres groupes de jeunes femmes à un niveau local ?

16. Quelles sont vos relations (ou celles de votre organisation) avec d'autres groupes de jeunes femmes dans votre pays ?

17. Quelles sont vos relations (ou celles de votre organisation) avec d'autres groupes de jeunes femmes dans d'autres parties du monde ?

18. Quelles plateformes utilisez-vous pour collaborer et/ou entrer en contact avec d'autres jeunes femmes dans le monde ?

19. Quelles sont les possibilités de mise en contact pour les jeunes femmes que vous connaissez ?



## Modèle de questionnaire

20. Selon vous, quelles sont les possibilités de mise en contact qui font défaut aux jeunes femmes intéressées par le changement social ?

21. Quelle est la diversité des voix des jeunes femmes au sein de l'organisation des jeunes femmes ? Qui est « laissé pour compte » ?

22. Y a-t-il des jeunes femmes qui sont exclues de vos efforts d'organisation ? Dans l'affirmative, qui sont-ils et pourquoi sont-ils laissés de côté ? Quels sont les acteurs locaux qui soutiennent ou devraient soutenir l'organisation des jeunes femmes ?

23. Quels sont les acteurs locaux qui soutiennent ou devraient soutenir l'organisation des jeunes femmes ?

24. Quels sont les acteurs internationaux qui soutiennent ou devraient soutenir l'organisation des jeunes femmes ?

25. Y a-t-il d'autres choses que nous n'avons pas abordées et que vous aimeriez partager ?

# Exemples d'accords communautaires

## Quoi

Les accords communautaires (parfois appelés « normes communautaires » ou « lignes directrices ») sont partagés ou co-conçus avec un groupe de personnes afin d'établir un engagement mutuel.

## Pourquoi

Les accords communautaires jettent les bases d'un espace ouvert, inclusif et sûr. Ils fournissent des orientations permettant à chacun de jouer un rôle dans la promotion de la participation, du dialogue, du respect et de l'instauration d'un climat de confiance. La co-création d'accords communautaires donne du pouvoir aux participant-e-s, qui sont plus susceptibles de se sentir responsables de la mise en œuvre et du respect des accords (par opposition aux règles comparatives imposées par le/la facilitateur-ric-e).

## Comment

Partagez cet échantillon avec les participant-e-s au début de la session de groupe de discussion avec storytelling. Veillez à ce que le(s) facilitateur-ric-e-s :

- Expliquent clairement l'objectif d'un accord communautaire.
- Reconnassent que les besoins de chacun sont différents.
- Prévoient du temps dans l'ordre du jour pour que les participant-e-s réfléchissent à leurs besoins.
- Si des accords prédéterminés sont sélectionnés pour examen, invitent les participant-e-s à examiner les accords proposés. Puis, collectivement, ajoutent ou modifient l'une ou l'autre des déclarations.

- En cas de co-création de nouveaux accords, présentent cet exemple pour aider les participant-e-s à élaborer leurs propres accords dans le cadre d'une activité facilitée.
- Soulignent l'importance de l'autonomisation. Les accords communautaires doivent être véritablement approuvés par toutes les parties concernées. Un « accord » n'est pas utile si des membres du groupe ne le soutiennent pas.

Quoi

Pourquoi

Comment

Nous sommes là pour vous aider ! [Contactez-nous si vous avez des difficultés ou des questions.](#)

# Exemples d'accords communautaires

## Introduction des accords communautaires

En nous réunissant en tant que groupe collectif, nous nous engageons à former une communauté respectueuse, aimable, diverse et ouverte. Nous reconnaissons que nous sommes tous des individus. Nous venons tous d'horizons, d'expériences et de lieux de connaissance différents.

Ces accords ont pour but de nous aider à tirer le meilleur parti de cette session. Nous acceptons de travailler ensemble de manière efficace et respectueuse en nous appuyant sur ces accords. Nous acceptons d'être attentifs et responsables de nos propres actions. Nous nous engageons à être ouverts aux observations sur notre comportement et nous acceptons d'être interpellés. Nous ferons preuve d'honnêteté lorsque nous ferons part de nos observations aux autres.

## Liste d'accords communautaires possibles

- Personne ne sait tout, mais ensemble, nous en savons beaucoup.
- Il s'agit d'un espace sûr où les opinions de chacun sont respectées sans jugement.
- Une voix à la fois. Nous ne nous interrompons pas.
- Nous ne pouvons pas toujours nous exprimer clairement, alors accordons le bénéfice du doute et posons des questions.
- Prenons de l'espace et offrons de l'espace. En d'autres termes, si vous ne parlez pas souvent, mettez-vous au défi de prendre plus d'espace. Si vous avez l'habitude de parler beaucoup, veillez à laisser la place à des voix plus calmes.
- Acceptons les erreurs et les échecs. Ils nous montrent ce que nous devons apprendre. Considérons cela comme une expérience d'apprentissage et mettons-nous au défi d'apprendre de nouvelles choses.
- Parlons de manière concise et récapitulons pour nous assurer que tout le monde comprenne. Gardons notre temps de parole à l'esprit.
- Attendons-vous à un travail inachevé. Il y aura des occasions de terminer ces discussions à un autre moment.
- Ce qui est partagé ici reste ici, ce qui est appris ici reste ici. En d'autres termes, protégeons la confidentialité des autres participant-e-s. Ne répétons pas ce qui a été dit dans un espace privé ou sûr.
- Travaillons ensemble pour s'assurer que tout le monde se sente écouté et que personne ne se sente exclu.
- Appuyons-nous sur l'inconfort. Résolvons les conflits par le dialogue.
- Nous vivons à des intersections, ce qui signifie que nous bénéficions tous de l'oppression systématique et que nous en subissons tous les conséquences.
- Nous prenons soin de nous. Nous sommes encouragés à nous étirer, à manger, à boire, à aller aux toilettes, à faire une pause, etc. en fonction des besoins.
- Évitions le jargon et les acronymes. Au lieu de cela, utilisons un langage inclusif accessible aux personnes ayant des connaissances variées.
- Parlons de notre propre expérience. Utilisons des phrases en « je » lorsque vous partagez des idées personnelles plutôt que des généralisations. Ne supposons pas que tout le monde est sur la même longueur d'onde ou a la même opinion.
- Écoutons pour comprendre.

# Exemples d'accords communautaires

- Débattons et remettons en question les hypothèses et les idées des uns et des autres. Mais ne défions pas la personne. Toutes les idées sont valables.
- Ayons conscience de l'intention par rapport à l'impact. Quelle que soit l'intention, nous sommes responsables de son impact.
- Évitions d'utiliser des termes en « -isme » sans expliquer ce qu'ils signifient.
- « Rien à propos de nous, ou à notre insu. » Incluons les autres sans les symboliser, les stigmatiser ou leur manquer de respect.

## Astuces

- Prenez conscience des dynamiques de pouvoir au sein du groupe. Les membres du groupe qui se sentent déjà en confiance et qui partagent leurs idées plus facilement et plus vocalement peuvent gagner encore plus de pouvoir en créant des accords que les autres doivent respecter. Ceci est particulièrement préoccupant si les accords eux-mêmes rendent la remise en question difficile.
- Veillez à ce que les accords soient réalistes et puissent être respectés dans le contexte de la session et de la dynamique des participant-e-s. Par exemple, il est peu probable que les participant-e-s transforment leur façon de communiquer simplement parce qu'ils ou elles ont « accepté » une ligne directrice.
- Rédigez les accords dans un langage familier à tous. Si quelqu'un a des questions, qu'il les explique avant de poursuivre.
- Testez les accords en les mettant en œuvre et en les modifiant si nécessaire.

Notes





# Guide de terrain sur les groupes de discussion avec storytelling

## Quoi

Il s'agit d'un guide pour planifier et organiser les détails de vos groupes de discussion avec storytelling.

## Pourquoi

Les sessions en groupes de discussion avec storytelling sont des opportunités puissantes pour entrer en contact avec les jeunes femmes. Il est important de se préparer avant de se rendre aux sessions. Cette préparation peut vous aider à créer une expérience enrichissante pour vos participant·e·s.

## Comment

Complétez le modèle. N'hésitez pas à adapter ou à ajouter des sections en fonction du contexte de votre consultation.

Une fois que vous avez fini de remplir le guide, partagez-le avec votre équipe pour obtenir des commentaires. Dans le cadre de votre préparation, vous pouvez faire un jeu de rôle avec un co-facilitateur ou un membre de l'équipe pour avoir une idée du déroulement de la session.

Quoi

Pourquoi

Comment

Nous sommes là pour vous aider ! [Contactez-nous si vous avez des difficultés ou des questions.](#)



# Guide de terrain sur les groupes de discussion avec storytelling

## Vue d'ensemble

Nom du projet

Thème de la session

Date de la session

Heure de la session

Nombre de participant·e·s

Lieu de la session ou lien virtuel

Matériaux

## Déroulement de la consultation

### Accueil des participant·e·s

Accueillez chaleureusement les participant·e·s. Présentez-vous ainsi que les membres de l'équipe de recherche qui sont présents.

### Présentez brièvement la recherche

Présentez le projet à vos participant·e·s. Veillez à expliquer le contexte de la recherche, ses objectifs et son importance. Vous pouvez également expliquer brièvement les différentes étapes de la recherche.

### Décrivez le thème et les objectifs de la session d'aujourd'hui

Aidez les participant·e·s à comprendre le but de la session et quel est son lien avec la recherche.

### Expliquez comment vous garantirez la confidentialité

Expliquez comment votre équipe de recherche préserve la confidentialité des idées partagées ici aujourd'hui. Veillez à inclure des informations sur l'utilisation que vous ferez des notes et des enregistrements (le cas échéant).

### Demandez le consentement des participant·e·s

Recueillez le consentement écrit ou oral des participant·e·s avant de poursuivre. Voir le [Formulaire de consentement](#).

### Établissez des accords communautaires avec les participant·e·s

Créez une compréhension commune entre les participant·e·s sur la façon dont la session devrait se dérouler. Ces accords ne sont pas vraiment des règles. Il s'agit plutôt d'un moyen de comprendre ce qui est important pour que les participant·e·s se sentent en sécurité dans cet espace.



# Guide de terrain sur les groupes de discussion avec storytelling

Voici quelques exemples d'accords communautaires :

- Nous respecterons les opinions de toutes les personnes présentes dans cet espace sans porter de jugement.
- Nous ne nous interrompons pas et nous parlons un par un.
- Il s'agit d'un espace sûr où le respect est important et où nous nous protégerons les uns les autres.
- Les informations que nous partageons ici sont totalement confidentielles.
- Nous unirons nos efforts pour inclure et écouter tout le monde.

## Faites ensemble un exercice d'échauffement

Choisissez une activité d'échauffement pour que les participant-e-s apprennent à se connaître. Cela permet d'instaurer un climat de confiance entre les participant-e-s avant le début de la session. Encouragez tous les participant-e-s à prendre part au projet.

Voici quelques exemples d'activités d'échauffement :

- Faire un mouvement de danse que les autres doivent imiter.
- Partagez un fait intéressant vous concernant.
- Racontez ce qui est célèbre dans votre ville ou votre pays d'origine.



## Faites participer le groupe à la narration d'une histoire (storytelling)

Donnez aux participant-e-s quelques minutes pour réfléchir au thème. Demandez ensuite si quelqu'un souhaite partager ses réflexions, ses expériences ou ses histoires sur le thème. Laissez le temps à toutes les personnes qui souhaitent s'exprimer de le faire avant de poursuivre. Ne négligez pas cette activité, car elle constitue un élément essentiel de l'engagement des participant-e-s. Les histoires sont puissantes et jouent un rôle dans de nombreuses cultures et traditions où les détails, les descriptions et les sentiments de ces histoires peuvent être révélateurs. Elles nous aident à mieux comprendre le comportement, l'histoire, les motivations, etc. Utilisez le [modèle de storytelling](#) pour guider le groupe dans le partage de leurs récits.

## Envisagez de faire une pause

Même une courte pause peut aider les participant-e-s à se ressourcer. Encouragez-les à s'hydrater, à faire une pause bio ou à sortir prendre l'air si possible. Nous comprenons que cela ne soit pas possible pour tout le monde, alors trouvez un moyen unique de faire une pause de quelques minutes.

## Animez une discussion à l'aide du questionnaire

Servez-vous du [modèle de questionnaire](#) pour guider une discussion de groupe.

## Convoquez un cercle de clôture

Invitez les participant-e-s à faire des suggestions, à partager des commentaires ou à poser des questions. Notez toutes les questions auxquelles vous ne pouvez pas répondre sur le moment.

## Remerciez le groupe et passez aux prochaines étapes

Remerciez les participant-e-s pour leur temps et leur énergie. Proposez-leur des moyens de rester en contact avec vous et avec les autres participant-e-s.



# Guide de terrain pour l'entretien individuel

## Quoi

Il s'agit d'un guide pour soutenir les sessions d'entretiens individuels.

## Pourquoi

La préparation peut vous aider à créer une expérience enrichissante pour vos participant·e·s. Un guide bien conçu est important car il vous permet d'articuler les protocoles d'entretien, de définir le format de la session et de structurer les questions de recherche. Le guide de terrain facilite le déroulement de l'entretien (par exemple pour ne pas perdre de vue les questions, respecter le temps imparti, permettre au preneur de notes de suivre l'ordre des questions, etc.)

## Comment

Complétez le modèle. N'hésitez pas à adapter ou à ajouter des sections en fonction du contexte de votre consultation.

Une fois que vous avez fini de remplir le guide, partagez-le avec votre équipe pour obtenir des commentaires. Dans le cadre de votre préparation, vous pouvez faire un jeu de rôle avec un membre de l'équipe pour avoir une idée du déroulement de la session. Si quelqu'un vous aide à noter l'entretien, ce modèle peut également servir de document complémentaire au [guide de collection des données](#) pour la prise de notes.

Quoi

Pourquoi

Comment

Nous sommes là pour vous aider ! [Contactez-nous si vous avez des difficultés ou des questions.](#)



# Guide de terrain pour l'entretien individuel

## Vue d'ensemble

**Nom du projet**

**Thème de la session**

**Date de la session**

**Heure de la session**

**Nom de l'intervieweur**

**Nom du preneur de notes**

**Lieu de la session ou lien virtuel**

**Matériaux**

Le cas échéant

**Nom du participant**

## Déroulement de la consultation

### Accueillez le ou la participant·e

Incluez un accueil chaleureux et remerciez votre participant·e d'avoir accepté de mener l'entretien avec vous. Présentez-vous ainsi que le(s) membre(s) de l'équipe de recherche. Décrivez votre rôle en tant qu'interlocuteur·rice et leur rôle en tant que preneur·se de notes.

### Présentez brièvement la recherche

Présentez le projet à votre participant. Veillez à expliquer le contexte de la recherche, ses objectifs et son importance. Vous pouvez également expliquer brièvement les différentes étapes de la recherche.

### Décrivez le thème et les objectifs de l'entretien

Décrivez le thème et les objectifs de l'entretien. Aidez le ou la participant·e à comprendre pourquoi vous menez cet entretien et en quoi il est lié à la recherche. Expliquez le déroulement de l'entretien et sa durée approximative.

### Expliquez comment vous garantirez la confidentialité

Expliquez comment votre équipe de recherche préserve la confidentialité des idées partagées ici aujourd'hui. Par exemple, vous pouvez expliquer que les informations recueillies lors de chaque entretien resteront confidentielles et ne seront pas directement attribuées à l'un·e ou l'autre des participant·e·s. Veillez à inclure des informations sur l'utilisation que vous ferez des notes et des enregistrements (le cas échéant).



# Guide de terrain pour l'entretien individuel

## **Demandez le consentement du ou de la participant·e**

Recueillez le consentement écrit ou oral du ou de la participant·e avant de poursuivre. Voir le [formulaire de consentement](#).

## **Exprimez en quoi cet espace est sûr**

Expliquez votre intention de créer un espace sûr. Décrivez en quoi il est important que le ou la participant·e soit à l'aise et ce que vous ferez pour qu'il ou elle le soit. Par exemple, vous pouvez expliquer comment vous allez interrompre l'entretien pour inviter le ou la participant·e à faire une pause si nécessaire. Ajoutez des informations sur la sécurité du contenu et la non-divulgaration par tous.

## **Créez un espace pour les questions des participant·e·s**

Demandez-lui s'il a des questions et faites-lui savoir qu'il est libre de les poser à tout moment.

## **Facilitez l'entretien**

Servez-vous du [modèle de questionnaire](#) pour guider l'entretien.

## **Clôturez l'entretien**

Faites-lui savoir que vous avez posé toutes les questions de votre liste. Invitez le ou la participant·e à poser des questions, à faire des suggestions, à partager des commentaires, etc. Notez toutes les questions auxquelles vous ne pouvez pas répondre sur le moment.

## **Remerciez le groupe et passez aux prochaines étapes**

Remerciez le ou la participant·e pour son temps et son énergie. Proposez-leur des moyens de rester en contact avec vous.





# Modèle de storytelling

## Quoi

Il s'agit d'un modèle pour vous aider à organiser ce que vous voulez dire et l'histoire que vous voulez raconter.

## Pourquoi

Le storytelling est un moyen puissant de communiquer, de capter l'attention et de catalyser les idées. Une histoire bien organisée est toujours appréciée par le public et favorise l'établissement de liens.

## Comment

Remplissez le modèle<sup>38</sup> pour expliquer pourquoi vous racontez une histoire, à qui elle s'adresse et comment tous les éléments de l'histoire s'emboîtent pour inciter à l'action.

Quoi

Pourquoi

Comment

Nous sommes là pour vous aider ! [Contactez-nous si vous avez des difficultés ou des questions.](#)



# Modèle de storytelling

## Objectif

Quel est le but de l'histoire ? Quel type d'histoire ?

## Public

Pourquoi cela le concerne (ou pas) ?

## Élément captivateur

Qu'est-ce qui va capter l'attention de votre public pour le faire entrer dans l'histoire ?

## Début

Qui est le personnage principal, qu'est-ce qui le rend authentique et comment planter le décor ?



## Modèle de storytelling

### Milieu

Quels sont les défis à surmonter ?

### Fin

Comment votre organisation a-t-elle résolu le problème ou contribué à la transformation du personnage principal ?

### Émotion

Quelle émotion voulez-vous que le public ressente après avoir vécu votre histoire ?

### Appel à l'action

Quelle est la chose que vous voulez que votre public fasse après avoir vécu votre histoire ?

# Guide de collection des données

## Quoi

Il s'agit d'un modèle pour organiser les questions et les réponses de chaque entretien, groupe de discussion ou sondage.

## Pourquoi

Une collecte de données appropriée est essentielle à votre processus de recherche. Il est important d'organiser vos questions et les réponses des participant-e-s. Il est tout aussi essentiel de noter chaque commentaire pour s'améliorer à l'avenir. L'enregistrement des commentaires à côté des réponses peut aider à mettre en évidence des schémas et des possibilités d'amélioration.

## Comment

Utilisez ce modèle comme guide. N'hésitez pas à adapter ou à ajouter des sections en fonction du contexte de votre consultation. Vous devez créer une version unique de ce guide pour chaque méthode de recherche (sondage, groupe de discussion et entretien).

Quoi

Pourquoi

Comment

Nous sommes là pour vous aider ! [Contactez-nous si vous avez des difficultés ou des questions.](#)



# Guide de collection des données

## Vue d'ensemble

Nom du projet

Nom du ou de la facilitateur·rice/interlocuteur·rice

Date de la session

Nom du ou de la preneur·se de notes

Code du participant

## Collecte des données de consultation

Ajoutez une nouvelle ligne pour chaque question que vous envisagez de poser. Les questions exploratoires sont des questions facultatives qui permettent d'obtenir des réponses plus détaillées à la question principale.

## Questions et réponses

Question #	S'agit-il d'une question ou d'une enquête ?	Question	Réponses des participant-e-s
1	Question	Depuis combien de temps faites-vous partie de la YWCA ? Parlez-nous un peu de votre engagement.	Je suis impliquée dans la YWCA depuis plus de 5 ans. J'ai d'abord commencé en tant que bénévole...
2	Sonde	Qu'entendez-vous par « être impliquée » ?	
3			
4			
5			



# Guide de collection des données

## Commentaires et améliorations

Les difficultés qui apparaissent après avoir posé la question peuvent inclure l'interprétation ou la confusion de la formulation.

Question #	Les défis qui sont apparus	Formulation révisée
1	La participante n'a pas compris la question et a demandé des éclaircissements sur la signification du terme « impliquée ».	Quel(s) rôle(s) avez-vous joué(s) au sein de la YWCA ?

## Moments de fatigue ou de désengagement

La qualité des données peut se dégrader en fonction de divers facteurs. Détectez lorsque les participant·e-s commencent à répéter des réponses similaires ou lorsqu'ils ou elles semblent distrait·e-s.

Gardez à l'esprit que certains moments de fatigue n'ont rien à voir avec votre consultation. Par exemple, les facteurs environnementaux tels que le bruit de fond et l'éclairage peuvent constituer des distractions majeures.

Description de la fatigue ou du désengagement	Moment de la discussion où cela s'est produit



# Guide de collection des données

## Débriefing de l'équipe de recherche à la fin de la consultation

**Avons-nous terminé à temps et abordé toutes les questions que nous voulions poser ?**

**S'il y avait trop de questions, lesquelles devrions-nous ignorer la prochaine fois ?**

**Autre chose pour nous aider à nous améliorer pour la prochaine fois ?**

# Exemple de collection des données

## Quoi

Exemple d'organisation et de synthèse des données issues d'une activité de validation (les données peuvent être collectées à l'aide des trois méthodes : sondages, groupes de discussion avec storytelling et entretiens)

## Pourquoi

La synthèse des données peut parfois sembler une tâche insurmontable. Vous pouvez avoir l'impression de nager dans les données après avoir terminé vos sessions de recherche. Ne craignez rien ! Lors de la synthèse, procédez étape par étape et, bientôt, une image claire émergera de vos données.

## Comment

Utilisez cet exemple comme guide pour vous montrer à quoi peuvent ressembler les données synthétisées d'une session de validation. N'oubliez pas que chaque consultation est différente. N'hésitez pas à vous inspirer de cet exemple et à faire ce qui vous semble logique dans le contexte de votre travail.

Quoi

Pourquoi

Comment

Nous sommes là pour vous aider ! [Contactez-nous si vous avez des difficultés ou des questions.](#)

# Exemple de collection des données

Les informations suivantes sont classées par région. Ce choix a été guidé par l'objectif de notre recherche, qui est de comprendre les différentes perspectives dans les différentes régions.

## Collecte des données de consultation

**Question n°2 : De votre point de vue, comment décririez-vous le niveau d'implication et de participation des jeunes femmes dans votre XXX local(e) ?**

proposée par des jeunes femmes

### Problèmes (interprétation, défis)

- Asie
  - 3 jeunes femmes sur 9 ont besoin de clarifier ce que signifie « s'impliquer ».
  - Les jeunes femmes interrogées sont originaires de Yangon et ne connaissent pas les autres associations locales (Myanmar)

### Meilleure formulation de la question

- Asie
  - De votre point de vue, comment décririez-vous votre rôle au sein de votre collectivité ?

### ● Pacifique

- Tou-te-s les participant-e-s au groupe de discussion ont mal interprété la situation parce qu'ils ne connaissent pas \_\_\_\_.
- Nécessite des éclaircissements supplémentaires et des questions de suivi

### ● Amérique latine

- Fatigue ou émotion visible

**Question n° 3 : De votre point de vue, dans quelle mesure votre mission locale XXX répond-elle aux besoins des jeunes femmes ?**

### Problèmes (interprétation, défis)

- Afrique (Ouganda)
  - Ils ne pouvaient pas se référer aux besoins spécifiques de la question et étaient déchirés entre des points de vue personnels, professionnels ou éducatifs.
- Asie
  - Certain(e)s \_\_\_\_ locaux(ales) utilisent d'autres termes pour désigner la « mission », par exemple : vision, objectif, politique, plan d'action, etc.

### Meilleure formulation de la question

- Afrique (Ouganda)
  - Pensez-vous que \_\_\_\_ réponde à vos besoins en tant que jeune femme dans le mouvement ?
- Asie
  - De votre point de vue, dans quelle mesure votre vision/objectif local \_\_\_\_ répond-il aux besoins des jeunes femmes ?

# Exemple de collection des données

## Moments de fatigue ou de désengagement

### Décrire les causes d'une fatigue ou d'une émotion visible

- Afrique (Ouganda)
  - Quand les femmes ne comprennent pas la question
  - Questions portant sur la définition de mots-clés
  - Lorsqu'elles n'ont pas les connaissances nécessaires pour répondre aux questions posées

- Asie
  - Certains ont commencé à dire « Je ne sais pas » et « Je ne sais peut-être pas bien mais... ».
  - Un nombre suffisant d'obstacles et de défis ont été partagés, mais pas les mesures prises pour les surmonter.
  - a commencé à manifester de la fatigue, par exemple en allant aux toilettes ou en buvant un verre
  - Partage excessif des autres participant-e-s
  - Intérêt décroissant

- Pacifique
  - A perdu le fil de la réponse qui a déraillé hors de son contexte
  - Émotions de douleur et de sensibilité pendant le groupe de discussion
  - Le nombre de questions a fait que le groupe de discussion a duré longtemps, ce qui a entraîné une certaine fatigue (Australie).
  - A eu du mal à se situer par rapport à la question (Fidji)
  - N'a pas compris la question (Fidji)

### Moment de la discussion où c'est apparu

- Afrique (Ouganda)
  - À la question 7, relative à la fermeture de l'espace de la société civile, peu de personnes ont compris l'intention de la question.
  - À la question 19, relative à la constitution, elles n'ont pas compris s'il s'agissait du monde ou à l'échelle locale
  - Certains membres ne pouvaient pas donner leur propre définition et partageaient les propos de leurs collègues ou disaient qu'ils étaient d'accord avec d'autres.

- Asie
  - Quand la question 4 a-t-elle été posée ; 1h30 après le début de l'entretien
  - Quand la question 6 a été posée
  - Quand la question 15 a été posée
  - Quand la question 16 a été posée

- Pacifique
  - Questions 4, 6, 17, 19
  - Questions 7, 10 et 18 de l'entretien et question 3 du groupe de discussion
  - Question 12, 18, 20, 21 du groupe de discussion parce qu'ils étaient fatigués
  - Le groupe de discussion s'est terminé au bout de 90 minutes, ce qui est suffisant pour gérer la fatigue (il faut faire plusieurs groupes de discussion si l'on veut couvrir toutes les questions).

# Ressources

Voici une liste d'outils et de matériels pour vous aider à en savoir plus et à donner vie à la méthodologie.

## YWCA Mondiale

### Objectif 2035 : Théorie du changement

[https://www.worldywca.org/wp-content/uploads/2020/11/DOC-RT-3.1.3-Theory-of-change\\_FINAL-FR.pdf](https://www.worldywca.org/wp-content/uploads/2020/11/DOC-RT-3.1.3-Theory-of-change_FINAL-FR.pdf)

### Glossaire de la YWCA Mondiale

[worldywca.org/glossary/index.html](http://worldywca.org/glossary/index.html)

### Espaces sûrs virtuels de la YWCA Mondiale

[https://www.worldywca.org/wp-content/uploads/2020/11/FR\\_Final-Virtual-Safe-Spaces-1.pdf](https://www.worldywca.org/wp-content/uploads/2020/11/FR_Final-Virtual-Safe-Spaces-1.pdf)

### Vidéo sur les espaces sûrs virtuels (en anglais, avec sous-titres)

[youtu.be/CQ9PPDrXs30](https://youtu.be/CQ9PPDrXs30)

### Espaces sûrs (brochure à imprimer)

<https://www.worldywca.org/wp-content/uploads/2020/11/SafeSpaces-brochure-FR-WEB-092016.pdf>

### Espaces sûrs pour les filles (bande-dessinée en anglais)

[shespeaksworldywca.org/wp-content/uploads/2020/06/comic-square-format-scaled.jpg](http://shespeaksworldywca.org/wp-content/uploads/2020/06/comic-square-format-scaled.jpg)

### RiseUp! Manuel de formation au leadership

<https://www.worldywca.org/team/rise-up-guide-for-young-womens-transformative-leadership/>

### Engaging with consent: A journey of a leader (bande dessinée en anglais)

[shespeaksworldywca.org/wp-content/uploads/2020/06/Engaging\\_With\\_Consent-scaled.jpg](http://shespeaksworldywca.org/wp-content/uploads/2020/06/Engaging_With_Consent-scaled.jpg)

## Autres ressources

### An introduction to sampling methods

[scribbr.com/methodology/sampling-methods](https://scribbr.com/methodology/sampling-methods)

### AWID : Courageuses, Créatives, Résilientes: Les Organisations de Jeunes Féministes dans le monde

<https://www.awid.org/fr/publications/courageuses-creatives-resilientes-les-organisations-de-jeunes-feministes-dans-le-monde>

### AWID : Feminist realities toolkit

[drive.google.com/file/d/1VLVEdejfbgvCb1h1ksMpZxbljDvjWzW4/view](https://drive.google.com/file/d/1VLVEdejfbgvCb1h1ksMpZxbljDvjWzW4/view)

### AYETA digital rights toolkit

[paradigmhq.org/wp-content/uploads/2021/04/Ayeta%20Toolkit%20-%20English%20Version.pdf](http://paradigmhq.org/wp-content/uploads/2021/04/Ayeta%20Toolkit%20-%20English%20Version.pdf)

### Accessibility guidelines for adult workshop presenters<sup>39</sup>

[uua.org/re/tapestry/adults/accessibility-guidelines](https://uua.org/re/tapestry/adults/accessibility-guidelines)

### Active listening<sup>40</sup>

[mindtools.com/CommSkill/ActiveListening.htm](https://mindtools.com/CommSkill/ActiveListening.htm)

### Asana (outil numérique de suivi et de gestion de projets)

[asana.com](https://asana.com)

### CREA : Feminist international human rights resources

[creaworld.org/ressources](https://creaworld.org/ressources)

### CREA : Feminist leadership and movement building

[creaworld.org/programmes/feminist-leadership](https://creaworld.org/programmes/feminist-leadership)

### CREA : Building feminist leadership

[creaworld.org/wp-content/uploads/2020/11/feminist-leadership-clearing-conceptual-cloud-srilatha-batliwala.pdf](https://creaworld.org/wp-content/uploads/2020/11/feminist-leadership-clearing-conceptual-cloud-srilatha-batliwala.pdf)

**Global mapping: I am the centre activity<sup>41</sup>**

[trainingforchange.org/training\\_tools/i-am-the-center](https://trainingforchange.org/training_tools/i-am-the-center)

**How to analyse survey data**

[surveymonkey.com/mp/how-to-analyze-survey-data](https://surveymonkey.com/mp/how-to-analyze-survey-data)

**How to use hashtags in 2021: A quick and simple guide for every network**

[blog.hootsuite.com/how-to-use-hashtags](https://blog.hootsuite.com/how-to-use-hashtags)

**How to...write a good research question**

[researchgate.net/publication/324140563\\_How\\_to\\_write\\_a\\_good\\_research\\_question](https://researchgate.net/publication/324140563_How_to_write_a_good_research_question)

**How to write a research question**

[writingcenter.gmu.edu/guides/how-to-write-a-research-question](https://writingcenter.gmu.edu/guides/how-to-write-a-research-question)

**Lean data approaches to measure impact course**

[acumenacademy.org/course/lean-data-approaches-measure-social-impact](https://acumenacademy.org/course/lean-data-approaches-measure-social-impact)

**Logic model handout:**

**Writing outcome statements**

[https://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/mph-modules/programevaluation/Logic\\_Model\\_handout.pdf](https://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/mph-modules/programevaluation/Logic_Model_handout.pdf)

**Monitoring and evaluation tools (offline and digital)**

[opact.com/monitoring-and-](https://opact.com/monitoring-and-)

[evaluation-tools](#)

**Native Land: Une ressource pour en savoir plus sur les territoires, les langues, les terres et les modes de vie autochtones.**

<https://native-land.ca/fr>

**Online polling<sup>42</sup>**

[polleverywhere.com](https://polleverywhere.com)

**Sampling methods in research methodology: How to choose a sampling technique for research**

[researchgate.net/publication/319998246\\_Sampling\\_Methods\\_in\\_Research\\_Methodology\\_How\\_to\\_Choose\\_a\\_Sampling\\_Technique\\_for\\_Research](https://researchgate.net/publication/319998246_Sampling_Methods_in_Research_Methodology_How_to_Choose_a_Sampling_Technique_for_Research)

**Social media demographics**

[sproutsocial.com/insights/new-social-media-demographics](https://sproutsocial.com/insights/new-social-media-demographics)

**Strategic questioning**

[context.org/iclib/ic40/peavey](https://context.org/iclib/ic40/peavey)

**Street speaking**

[trainingforchange.org/training\\_tools/street-speaking](https://trainingforchange.org/training_tools/street-speaking)

**Social impact analysis course**

[acumenacademy.org/course/social-impact-analysis-breadth-depth%20](https://acumenacademy.org/course/social-impact-analysis-breadth-depth%20)

**Trello (outil numérique de suivi et de gestion de projets)**

[trello.com](https://trello.com)

**Vision accessibility<sup>43</sup>**

[visionaustralia.org/information/adaptive-technology/using-technology/computer-screen-readers](https://visionaustralia.org/information/adaptive-technology/using-technology/computer-screen-readers)

# Notes de fin

## Sommaire exécutif

1 Objectif 2035 : Théorie du changement, YWCA Mondiale. Consulté en février 2022 : [worldywca.org/about-us/resources](http://worldywca.org/about-us/resources).

2 Rapport du Secrétaire général des Nations Unies « Notre programme commun », Nations Unies. Consulté en février 2022 : [un.org/fr/content/common-agenda-report](http://un.org/fr/content/common-agenda-report)

3 Objectifs de développement durable, Nations unies. Consulté en février 2022 : <https://sdgs.un.org/fr/goals>

4 Resourcing Feminist Movements, AWID. Consulté en février 2022 : [awid.org/priority-areas/resourcing-feminist-movements](http://awid.org/priority-areas/resourcing-feminist-movements).

## Un voyage pour développer la méthodologie de la consultation féministe

5 IWORDS Global. Consulté en février 2022 : <https://iwordsglobal.com>

## Qu'est-ce que la méthodologie de consultation féministe ?

6 Experiencias de investigacion feminista : propuestas y reflexiones metodologicas, Martinez, L., Biglia, B., Luxon, M., Fernandez, C., Azpiazu, J., & Bonet, J. (Athenea Digital, 2014).

7 Metodologias de Investigacion Feminista, Luxon, M., & Azpiazu, J. (Bilbao : Universidad del Pais Vasco). Consulté en février 2022: [ehu.eus/documents/1734204/6145705/Metodolog%C3%ADas+de+Investigaci%C3%B3n+Feminista](http://ehu.eus/documents/1734204/6145705/Metodolog%C3%ADas+de+Investigaci%C3%B3n+Feminista)

8 YWCA Safe Spaces for Women and Girls Guidelines, World YWCA. Consulté en février 2022 : [worldywca.org/team/ywca-safe-spaces-for-women-and-girls-guidelines](http://worldywca.org/team/ywca-safe-spaces-for-women-and-girls-guidelines)

9 Age, Race, Class and Sex: Women Redefining Difference, Audrey Lourde.

10 Illustrating Equality VS Equity, Interaction Institute for Social Change. Consulté en février 2022 : [interactioninstitute.org/illustrating-equality-vs-equity](http://interactioninstitute.org/illustrating-equality-vs-equity)

11 Feminist Leadership for Social Transformation: Clearing the Conceptual Cloud, Creating Resources for Empowerment in Action (CREA). Consulté en février 2022 : [creaworld.org/wp-content/uploads/2020/11/feminist-leadership-clearing-conceptual-cloud-srilatha-batliwala.pdf](http://creaworld.org/wp-content/uploads/2020/11/feminist-leadership-clearing-conceptual-cloud-srilatha-batliwala.pdf).

## Votre rôle en tant que chercheur·se

12 Guidelines for Use of IAP2 Copyright Protected Materials, International Association for Public Participation. Consulté en février 2022 : [iap2.org/page/guidelines](http://iap2.org/page/guidelines)

13 Power and Leadership, Brene Brown. URL : <https://brenebrown.com/wp-content/uploads/2021/10/Brene-Brown-on-Power-and-Leadership-10-26-20.pdf>. Consulté en janvier 2022.

14 All About Power: Understanding Social Power & Power Structures, Creating Resources for Empowerment in Action (CREA). Consulté en février 2022 : <https://creaworld.org/wp-content/uploads/2020/07/All-About-Power.pdf>

15 The science behind bias: Stanford researcher aims to 'uncover the hidden prejudice' with new book, GeekWire. URL : <https://www.geekwire.com/2019/science-behind-bias-stanford-researcher-aims-uncover-hidden-prejudice-new-book>. Consulté en février 2022.

16 Implicit Association Test (IAT), Harvard University. URL : <https://implicit.harvard.edu/implicit>. Consulté en février 2022.

17 Empathy Quotient (EQ), Simon Baron-Cohen at the Autism Research Centre (ARC). Consulté en février 2022 : [psychology-tools.com/test/empathy-quotient](http://psychology-tools.com/test/empathy-quotient).

18 eLesson : Unconscious Bias, Microsoft. Consulté en février 2022 : [mslearning.microsoft.com/course/72169/launch](https://mslearning.microsoft.com/course/72169/launch)

19 Not Very Likable: Here Is How Bias Is Affecting Women Leaders, Forbes, Dr. Pragya Agarwal. Consulté en février 2022 : [forbes.com/sites/pragyaagarwaleurope/2018/10/23/not-very-likeable-here-is-how-bias-is-affecting-women-leaders](https://forbes.com/sites/pragyaagarwaleurope/2018/10/23/not-very-likeable-here-is-how-bias-is-affecting-women-leaders)

20 Decolonizing Language, Evidence and Collaboration for Inclusive Development. Consulté en février 2022 : [evidenceforinclusion.org/decolonising-research](https://evidenceforinclusion.org/decolonising-research)

## Planifier

21 With Goals, FAST beats SMART, MIT Sloan Management Review. Consulté en février 2022 : [sloanreview.mit.edu/article/with-goals-fast-beats-smart](https://sloanreview.mit.edu/article/with-goals-fast-beats-smart)

## Concevoir

22 A Global Study on the Implementation of UN Security Council resolution 1325, UN Women. Consulté en février 2022 : [wps.unwomen.org/data](https://wps.unwomen.org/data)

23 YWCA Safe Spaces for Women and Girls Guidelines, World WYCA. Consulté en février 2022 : [worldywca.org/team/ywca-safe-spaces-for-women-and-girls-guidelines](https://worldywca.org/team/ywca-safe-spaces-for-women-and-girls-guidelines)

24 Google Translate. Consulté en février 2022 : [translate.google.com](https://translate.google.com).

25 [What is intersectional feminism? A look at the term you may be hearing a lot.](https://www.usatoday.com/story/news/2017/01/19/feminism-intersectionality-racism-sexism-class/96633750) USA Today. Consulté en février 2022 : [usatoday.com/story/news/2017/01/19/feminism-intersectionality-racism-sexism-class/96633750](https://usatoday.com/story/news/2017/01/19/feminism-intersectionality-racism-sexism-class/96633750)

26 Freedom of Information and Protection of Privacy Act, BC Laws, Government of British Columbia, Canada. Consulté en février 2022 : [bclaws.gov.bc.ca/civix/document/id/complete/statreg/96165\\_00](https://bclaws.gov.bc.ca/civix/document/id/complete/statreg/96165_00).

27 Right to Information, Government of India. Consulté en février 2022 : [rti.gov.in](https://rti.gov.in)

28 Women in the Academy: Intersectionality & Burnout, Chance, Nuchelle (Fort Hays State University, Spring 2019 Professional Development Day). Consulté en février 2022. URL : [scholars.fhsu.edu/fhsu\\_profdev\\_sp19/1](https://scholars.fhsu.edu/fhsu_profdev_sp19/1)

29 How to identify and prevent burnout, Fraga, J (Healthline). Consulté en février 2022 : [healthline.com/health/tips-for-identifying-and-preventing-burnout](https://healthline.com/health/tips-for-identifying-and-preventing-burnout).

30 Why women are more burned out than men, Josie Cox (BBC, 2021). Consulté en février 2022: [bbc.com/worklife/article/20210928-why-women-are-more-burned-out-than-men](https://bbc.com/worklife/article/20210928-why-women-are-more-burned-out-than-men)

31 Invisible Women: Exposing Data Bias in a World Designed For Men, Forbes (2019). Consulté en février 2022 : [forbes.com/sites/grrlscientist/2019/10/22/invisible-women-exposing-data-bias-in-a-world-designed-for-men](https://forbes.com/sites/grrlscientist/2019/10/22/invisible-women-exposing-data-bias-in-a-world-designed-for-men).

32 Guide Google. Consulté en février 2022 : [googleguide.com/advanced\\_operators\\_reference.html](https://googleguide.com/advanced_operators_reference.html).

33 Refine Search Operators, Google. Consulté en février 2022: [support.google.com/websearch/answer/2466433?hl=en](https://support.google.com/websearch/answer/2466433?hl=en)

34 Google Trends. Consulté en février 2022 : [trends.google.com/trends](https://trends.google.com/trends)

35 Why You Only Need to Test with 5 Users, Nielsen Norman Group (2000). Consulté en février 2022 : [nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users](https://nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users)

36 Modernizing the Government of Canada's Sex and Gender Information Practices: summary report, Government of Canada. Consulté en février 2022 : [canada.ca/fr/treasury-board-secretariat/corporate/reports/summary-modernizing-info-sex-gender.html](https://canada.ca/fr/treasury-board-secretariat/corporate/reports/summary-modernizing-info-sex-gender.html).

- 37 Survey Monkey. Consulté en février 2022 : [surveymonkey.com](https://www.surveymonkey.com)
- 38 Google Forms. Consulté en février 2022 : [google.com/forms/about](https://www.google.com/forms/about)
- 39 International Gender Differences and Gaps in Online Social Networks, Qatar Computing Research Institute (QCRI). Consulté en février 2022 : [ingmarweber.de/wp-content/uploads/2014/06/OnlineGenderGaps.pdf](https://www.ingmarweber.de/wp-content/uploads/2014/06/OnlineGenderGaps.pdf)

## Mettre en oeuvre

- 40 YWCA Safe Spaces for Women and Girls Guidelines, World YWCA. Consulté en février 2022 : [worldywca.org/team/ywca-safe-spaces-for-women-and-girls-guidelines](https://www.worldywca.org/team/ywca-safe-spaces-for-women-and-girls-guidelines).
- 41 World Map of Social Networks, Vincos Blog. Consulté en février 2022 : [vincos.it/world-map-of-social-networks](https://www.vincos.it/world-map-of-social-networks).
- 42 What's a good Instagram engagement rate, Content Cal. Consulté en février 2022 : [contentcal.com/blog/what-is-a-good-social-media-engagement-rate](https://www.contentcal.com/blog/what-is-a-good-social-media-engagement-rate)
- 43 Native Land. Consulté en février 2022 : [native-land.ca/resources/territory-acknowledgement](https://www.native-land.ca/resources/territory-acknowledgement).
- 44 Native Land. Consulté en février 2022 : [native-land.ca/resources/territory-acknowledgement](https://www.native-land.ca/resources/territory-acknowledgement).
- 45 Welcome to Country or Acknowledgement of Country, Commonwealth of Australia. Consulté en février 2022 : [indigenous.gov.au/contact-us/welcome-acknowledgement-country](https://www.indigenous.gov.au/contact-us/welcome-acknowledgement-country).
- 46 Pretesting Qualitative Data Collection Procedures to Facilitate Methodological Adherence and Team Building in Nigeria, Hurst, S., Arulogun, O. S., Owolabi, A. O., Akinyemi, R., Uvere, E., Warth, S., & Ovbiagele, B. (2015). Consulté en février 2022 : [ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4393011](https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4393011).

- 47 The importance of pretesting questionnaires: a field research example of cognitive pretesting the Exercise referral Quality of Life Scale (ER-QLS), Hilton, C. E. (International Journal of Social Research Methodology, 2015). Consulté en février 2022 : [researchgate.net/publication/282796273](https://www.researchgate.net/publication/282796273)

## Comprendre

- 48 Disaggregated Data, Right to Education (2017). Consulté en février 2022 : [right-to-education.org/monitoring/content/glossary-disaggregated-data](https://www.right-to-education.org/monitoring/content/glossary-disaggregated-data).
- 49 Chapter 6: Triangulation and integration of results, "Health Technology Assessment" (NIHR Journals Library, 2015). Consulté en février 2022 : [ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK326956](https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK326956).
- 50 Module 5: Doing qualitative data analysis, "Evaluation, Equal Access Participatory Monitoring and Evaluation toolkit" (Better Evaluation, 2013). Consulté en février 2022 : [betterevaluation.org/sites/default/files/EA\\_PM%26E\\_toolkit\\_module\\_5\\_QDA\\_for\\_publication.pdf](https://www.betterevaluation.org/sites/default/files/EA_PM%26E_toolkit_module_5_QDA_for_publication.pdf)
- 51 Project/programme monitoring and evaluation (M&E) guide. Genève. (Fédération internationale des Sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, 2011). Consulté en février 2022 : [rcrc-resilience-southeastasia.org/document/projectprogramme-monitoring-and-evaluation-me-guide-planning-monitoring-evaluation-reporting](https://www.rcrc-resilience-southeastasia.org/document/projectprogramme-monitoring-and-evaluation-me-guide-planning-monitoring-evaluation-reporting).
- 52 Chapter 12: Qualitative Data, Analysis, and Design (Introduction to Educational Research: A Critical Thinking Approach, 2012). Consulté en février 2022 : [sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/43144\\_12.pdf](https://www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/43144_12.pdf).

## Annexes

- 1 How To Use Gender-Neutral Language, And Why It's Important To Try, Forbes. Consulté en février 2022 : [forbes.com/sites/kimelsesser/2020/07/08/how-to-use-gender-neutral-language-and-why-its-important-to-try](https://www.forbes.com/sites/kimelsesser/2020/07/08/how-to-use-gender-neutral-language-and-why-its-important-to-try).

- 2 Gender Inclusive Language, The Writing Center, Université de Caroline du Nord à Chapel Hill. Consulté en février 2022 : [writingcenter.unc.edu/tips-and-tools/gender-inclusive-language](https://writingcenter.unc.edu/tips-and-tools/gender-inclusive-language).
- 3 Glossaire et définitions de la YWCA Mondiale. Consulté en février 2022 : [worldywca.org/wp-content/uploads/2020/12/1.World-YWCA-Movement-Glossary-and-Definitions-1-3.pdf](https://worldywca.org/wp-content/uploads/2020/12/1.World-YWCA-Movement-Glossary-and-Definitions-1-3.pdf).
- 4 How is Advocacy Defined?, Virtual Knowledge Centre to End Violence Against Women and Girls, UN Women. Consulté en février 2022 : [endvawnow.org/fr/articles/94-how-is-advocacy-defined.html](https://endvawnow.org/fr/articles/94-how-is-advocacy-defined.html).
- 5 Aging: Ageism. Organisation mondiale de la santé. Consulté en février 2022 : [who.int/news-room/questions-and-answers/item/ageing-ageism](https://who.int/news-room/questions-and-answers/item/ageing-ageism).
- 6 Ageism is a global challenge, Organisation mondiale de la santé. Consulté en février 2022 : [who.int/news/item/18-03-2021-ageism-is-a-global-challenge-un](https://who.int/news/item/18-03-2021-ageism-is-a-global-challenge-un)
- 7 Capacity Building: What It Is and Why It Matters, MissionBox. Consulté en février 2022 : [missionbox.com/article/51/capacity-building-what-it-is-and-why-it-matters](https://missionbox.com/article/51/capacity-building-what-it-is-and-why-it-matters).
- 8 Community Leadership Development, Simpson, B. et al. (2010). Consulté en février 2022 : [citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1040.730&rep=rep1&type=pdf](https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1040.730&rep=rep1&type=pdf)
- 9 The SAGE encyclopedia of qualitative research methods, ed. by L. Given. Sage Publications Ltd, Californie, chap. 15, pp. 600-602.
- 10 Règlement général sur la protection des données. Consulté en février 2022 : <https://gdprinfo.eu/fr>
- 11 Using Deidentified Patient Data, Laffel (2010).
- 12 Diversity Defined, Canadian Centre for Diversity and Inclusion. Consulté en février 2022 : [ccdi.ca/notre-histoire/diversité-définie](https://ccdi.ca/notre-histoire/diversité-définie).
- 13 The use of focus group discussion methodology: Insights from two decades of application in conservation, Nyumba, T. et al. (2018). Consulté en février 2022 : [researchgate.net/publication/322405274\\_The\\_use\\_of\\_focus\\_group\\_discussion\\_methodology\\_Insights\\_from\\_two\\_decades\\_of\\_application\\_in\\_conservation](https://researchgate.net/publication/322405274_The_use_of_focus_group_discussion_methodology_Insights_from_two_decades_of_application_in_conservation).
- 14 Using Focus Groups to Research Sensitive Issues: Insights from Group Interviews on Nursing in the Northern Ireland “Troubles”, Jordan et al. (2007). Consulté en février 2022 : [journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/160940690700600401](https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/160940690700600401)
- 15 Envisioning 2035, YWCA Mondiale (2015). Consulté en février 2022. URL : [worldywca.org/team/envisioning-goal-2035](https://worldywca.org/team/envisioning-goal-2035)
- 16 Objectif 2035 : Théorie du changement, YWCA Mondiale. Consulté en février 2022 : [worldywca.org/about-us/resources](https://worldywca.org/about-us/resources).
- 17 Ibid.
- 18 Marginalised groups, European Institute for Gender Equality. Consulté en février 2022 : [eige.europa.eu/thesaurus/terms/1280](https://eige.europa.eu/thesaurus/terms/1280).
- 19 Feminist Movement Builders Dictionary, Just Associates (2013). Consulté en février 2022 : [justassociates.org/all-resources/feminist-movement-builders-dictionary](https://justassociates.org/all-resources/feminist-movement-builders-dictionary).
- 20 Participatory research methodologies and popular education: reflections on quality criteria, Streck, D. R. (2016). Consulté en février 2022 : [scielo.br/j/icse/a/DZgyZp4BzXBkbsvZQtnMrh/?format=pdf&lang=fr](https://scielo.br/j/icse/a/DZgyZp4BzXBkbsvZQtnMrh/?format=pdf&lang=fr).
- 21 Envisioning 2035, YWCA Mondiale (2015). Consulté en février 2022. URL : [worldywca.org/team/envisioning-goal-2035](https://worldywca.org/team/envisioning-goal-2035)

- 22 Glossaire et définitions de la YWCA Mondiale. Consulté en février 2022. URL : [worldywca.org/wp-content/uploads/2020/12/1.World-YWCA-Movement-Glossary-and-Definitions-1-3.pdf](https://worldywca.org/wp-content/uploads/2020/12/1.World-YWCA-Movement-Glossary-and-Definitions-1-3.pdf).
- 23 What is Privilege?, National Conference for Christians and Jews Bulletin
- 24 Master Class Series against Racism and Discriminations, United Nations Educational Scientific and Cultural Organisation. Consulté en février 2022 : [en.unesco.org/themes/fostering-rights-inclusion/masterclass](https://en.unesco.org/themes/fostering-rights-inclusion/masterclass)
- 25 Conducting Semi-Structured Interviews, Adams, W. (2015). Consulté en février 2022 : [researchgate.net/publication/301738442\\_Conducting\\_Semi-Structured\\_Interviews](https://researchgate.net/publication/301738442_Conducting_Semi-Structured_Interviews).
- 26 From Storytelling to Social Change: The Power of Story in the Community Building, Prasetyo, Y. E. (2017). SSRN Electronic Journal. Consulté en février 2022. URL : [researchgate.net/publication/322559294\\_From\\_Storytelling\\_to\\_Social\\_Change\\_The\\_Power\\_of\\_Story\\_in\\_the\\_Community\\_Building](https://researchgate.net/publication/322559294_From_Storytelling_to_Social_Change_The_Power_of_Story_in_the_Community_Building).
- 27 Transformative Justice: A Brief Description, Mia Mingus. Consulté en janvier 2022. URL : [transformharm.org/transformative-justice-a-brief-description](https://transformharm.org/transformative-justice-a-brief-description)
- 28 Safety Centre, Meta. Consulté en février 2022 : [about.meta.com/fr\\_FR/actions/safety/](https://about.meta.com/fr_FR/actions/safety/)
- 29 WhatsApp Safety Tips, WhatsApp. Consulté en février 2022 : <https://www.whatsapp.com/privacy?lang=fr>
- 30 Safety and security, X (anciennement Twitter). Consulté en février 2022 : <https://help.x.com/fr/safety-and-security>
- 31 Ideal Social Media Post Length, Hootsuite. Consulté en février 2022 : [blog.hootsuite.com/ideal-social-media-post-length](https://blog.hootsuite.com/ideal-social-media-post-length).
- 32 Best URL Shorteners of 2021, Zapier. Consulté en février 2022 : [zapier.com/blog/best-url-shorteners](https://zapier.com/blog/best-url-shorteners)
- 33 Bitly. Consulté en février 2022 : [bitly.com](https://bitly.com).
- 34 Rebrandly. Consulté en février 2022 : [rebrandly.com](https://rebrandly.com).
- 35 TinyURL. Consulté en février 2022 : [tinyurl.com](https://tinyurl.com)
- 36 Linktree. Consulté en février 2022 : [linktr.ee](https://linktr.ee)
- 37 Abundance of information narrows our collective attention span, Technical University of Denmark, April 15, 2019. Consulté en février 2022 : [eurekaalert.org/news-releases/490177](https://eurekaalert.org/news-releases/490177)
- 38 Storytelling Worksheet, Beth Kanter. NetSquared Vancouver. Consulté en février 2022 : [slideshare.net/elijahv/storytelling-worksheet](https://slideshare.net/elijahv/storytelling-worksheet)
- 39 Reference from the AWID Feminist Realities toolkit. Consulté en février 2022 : [awid.org/resources/feminist-realities-our-power-action-exploratory-toolkit](https://awid.org/resources/feminist-realities-our-power-action-exploratory-toolkit).
- 40 Ibid.
- 41 Ibid.
- 42 Ibid.
- 43 Ibid.



# World YWCA

16 L'Ancienne-Route

1218 Grand-Saconnex

Genève Suisse

Tél : + 41 22 929 6040

Fax : + 41 22 929 6044

[worldoffice@worldywca.org](mailto:worldoffice@worldywca.org)

[worldywca.org](http://worldywca.org)

## **Réseaux sociaux**

[linkedin.com/company/world-ywca](https://www.linkedin.com/company/world-ywca)

[x.com/worldywca](https://x.com/worldywca)

[facebook.com/worldywca](https://www.facebook.com/worldywca)

[instagram.com/worldywca](https://www.instagram.com/worldywca)