

Les outils de l'enquête en sciences humaines.

Nous allons développer dans ce cours les différentes techniques déployées lors de la vérification des hypothèses d'une recherche scientifique notamment en Sciences humaines.

1- Le questionnaire

Qu'est-ce qu'un questionnaire ?

Le questionnaire est une technique d'interrogation individuelle, standardisée, composée d'une suite de questions présentées dans un ordre prédéfini. L'apparente simplicité du questionnaire en fait une technique d'usage très courant, mais il n'est pas toujours utilisé avec la pertinence et la rigueur méthodologique qui s'imposeraient.

I - Le questionnaire d'enquête

L'utilisation du questionnaire correspond toujours à une volonté de **mesurer** quelque chose. Son usage s'inscrit dans une logique d'études à vocation **descriptive** ou **explicative** et de nature **quantitative** :

- Pour **décrire** une population ou un groupe ciblé sur un certain nombre de critères (CSP, niveau d'équipements, comportements...)
- Pour **estimer** une valeur absolue ou relative
- Pour **tester** des relations entre variables afin de vérifier et de valider des hypothèses.

II - Qualités de rédaction

A) Les questions posées doivent attirer l'attention et éveiller l'intérêt de l'enquêté

L'enquêté a plus la **liberté** de répondre si vous lui demandez "Avez vous une marque de dentifrice favorite ?" plutôt que si vous lui demandez "Quelle est votre marque de dentifrice favorite ?"

B) Facilité de compréhension

Le vocabulaire utilisé doit être **adapté** aux personnes à interroger. Il faut utiliser des **mots simples** du langage courant et éviter les mots trop techniques, abstraits ou sujets à équivoque. Il faut éviter les questions trop vagues et trop générales et privilégier le détail. Il faut également éviter les doubles négations et les doubles interrogations.

C) Les questions posées doivent entraîner des réponses non biaisées

Les questions pouvant provoquer des **réponses biaisées** sont celles mettant en jeu la **mémoire**, les **désirs**, l'**éducation**, le **prestige** et le **milieu social**.

III - Différentes formes de question

A) Les questions fermées

Une **question fermée** est une question dont la formulation contient les modalités de réponse attendues entre lesquelles le répondant doit impérativement choisir sa réponse à l'exclusion de toute autre possibilité. Il existe différents types de questions fermées :

- **A réponses multiples ou à choix multiples** : Permet de choisir parmi plusieurs possibilités, le nombre de choix peut être limité ou non.
- **A réponse unique** : Oblige le prospect à choisir une seule réponse parmi les différentes modalités qui lui sont proposées. Selon le nombre de propositions offertes la question est dichotomique ou multichotomique.
- **A échelle** : Permet d'évaluer le niveau d'acceptation du sondé par rapport à une proposition qui lui est faite. Les expressions faciales sont de plus en plus utilisées.
- **Ordonnée** : Permet au sondé de classer différentes propositions dans l'ordre de ses préférences.
- **Avec notation** : Permet de s'exprimer librement en notant sur cinq ou sur dix.

B) Les questions ouvertes

Une **question ouverte** est une question dont la formulation laisse au répondant toute latitude pour construire librement sa réponse et la donner avec ses propres mots.

C) Les questions semi ouverte

Ce sont celles qui proposent la modalité de réponse « Autre », « Précisez »

IV - Structure et présentation du questionnaire

A) Structure

Le questionnaire doit comporter **trois grandes parties** :

- **L'introduction** : doit être formulée de manière à accrocher le répondant
- **Le corps du questionnaire** : questions de connaissance, de comportement, d'attitude, d'intention et d'identification
- **La conclusion** : consacrée aux remerciements et à la prise de congé.

B) Présentation

La **présentation matérielle** doit être impeccable et agréable. Les questions seront alignées les unes sous les autres; idem pour les grilles destinées aux réponses.

V - Le test du questionnaire

Toute différence entre le rédacteur et les enquêtés, qu'elle se situe au niveau du langage, de la culture, du mode de raisonnement est un **handicap à la bonne communication**. C'est pourquoi une fois rédigé, le questionnaire sera testé de sorte à mettre en évidence les difficultés de compréhension des questions ou les difficultés dans les réponses.

VI - La conduite de l'enquête

A) Le mode d'administration

Le **choix du mode d'administration**, par enquêteur ou auto administré, dépend des objectifs de l'étude et de la qualité d'information recherchée; il influence aussi la conception du questionnaire.

L'administration par enquêteur permet de motiver le répondant, d'élucider les réponses confuses, de limiter les erreurs de réponses et les non réponses, de contrôler en temps réel la constitution de l'échantillon. Mais il peut **influencer l'enquêté** : la formation et le contrôle des enquêteurs permettent de réduire ce risque. L'administration par enquêteur peut se faire **en face à face** (pour les thèmes complexes) ou **par téléphone** (souplesse et rapidité d'application à moindre coût).

Pour ce qui concerne **l'auto administration**, le répondant remplit lui-même le questionnaire reçu par voie postale, télématique ou par voie de presse. Ce mode permet d'atteindre à moindre coût des prospects géographiquement dispersés. Il permet aussi l'étude de sujets sensibles ou tabous que les prospects hésiteraient à traiter devant un enquêteur.

B) La conduite effective de l'enquête

Avant toute enquête sur le terrain, les enquêteurs doivent recevoir une **formation** en plusieurs étapes :

Présentation de l'enquêteur, l'enquêteur est **formé** au questionnaire, l'enquêteur **s'entraîne** à blanc sur le terrain. Il faut ensuite établir **un suivi** des enquêteurs et vérifier que le travail a bien été réalisé. Lorsque l'adresse des enquêtés est connue, le contrôle se fait soit en demandant à certains enquêtés tirés au hasard s'ils ont bien reçu un enquêteur, soit en envoyant un second enquêteur.

: