

*République Algérienne Démocratique et Populaire*  
*Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique*  
*Université Frères Mentouri Constantine I*  
*Faculté des lettres et des langues*  
*Département de lettres et langue française*

Support de cours

# Les enquêtes dans les sciences humaines et sociales

---

Destiné aux étudiants de deuxième année master  
(Sciences du langage)  
Dr. Antar BENSAGESLI

## SOMMAIRE

Introduction .....	04
--------------------	----

### CHAPITRE 1 : LA PRÉPARATION DE L'ENQUÊTE

1. Le choix de l'enquête .....	08
1.1 L'enquête sociologique .....	08
1.2 Enquête et sondage .....	08
1.3 La méthode d'enquête et les autres méthodes .....	08
2. La planification de l'enquête .....	13
2.1 Les étapes d'une enquête .....	13
2.2 Enquête qualitative vs quantitative .....	14
2.3 Le plan d'observation .....	15
3. Construire l'objet de l'enquête .....	17
3.1 Préciser les objectifs .....	17
3.2 Formuler les hypothèses .....	20
3.3 Les techniques de la pré-enquête .....	22

### CHAPITRE 2 : LES ENTRETIENS

1. Une situation d'interaction particulière .....	30
1.1 Une situation professionnelle .....	30
1.2 Un processus de communication .....	30
2. Réaliser des entretiens non-directifs .....	33
2.1 Choisir les enquêtés .....	33
2.2 Lieu et temps .....	35
2.3 Prise de contact avec le sujet .....	35
2.4 La consigne initiale .....	36
2.5 Interventions et relances .....	36
2.6 Terminer l'entretien .....	40
2.7 Prise de notes et magnétophone .....	40
2.8 Retranscrire l'entretien .....	40
3. Entretien semi-directif ou entretien guidé .....	44
3.1 Concilier deux orientations .....	45
3.2 Le guide d'entretien .....	45
3.3 Comment introduire les thèmes du guide ? .....	48
4. L'entretien de groupe .....	50
5. D'autres formes d'entretiens .....	50
6. Analyser l'entretien .....	51

### CHAPITRE 3 : LE QUESTIONNAIRE

1. Le questionnaire et ses qualités .....	61
1.1 Un instrument de mesure .....	61
1.2 Prise en compte de l'enquêté .....	61
2. Questions ouvertes, questions fermées .....	61

## SOMMAIRE

2.1 Différentes formes de questions fermées .....	62
2.2 Non-équivalence d'une question ouverte et d'une question fermée	63
2.3 Avantages et inconvénients de chaque type de réponse .....	65
2.4 Élaboration d'une question fermée à partir d'une question ouverte	66
2.5 Des catégories de réponses exhaustives et mutuellement exclusives	66
2.6 Le faux intérêt de l'item « autre » .....	66
3. Questions de comportements : que font-ils ? .....	67
3.1 Comportements non gênants .....	67
3.2 Comportements gênants .....	67
4. Questions d'opinion : que pensent-ils ? .....	72
4.1 Des formes multiples .....	72
4.2 Avec ou sans position intermédiaire ? .....	75
4.3 Permettre les sans opinion .....	75
4.4 Faciliter les réponses .....	76
5. Questions d'intention ou d'anticipation : quel projet ont-ils ? .....	78
6. Questions de connaissance : que savent-ils ? .....	78
7. Renseignements signalétiques : qui sont-ils ? .....	79
7.1 Sexe et âge .....	79
7.2 Niveau social .....	79

### CHAPITRE 4 : LE RECUEIL ET L'ANALYSE DES DONNÉES

1. Choisir l'échantillon .....	86
1.1 Deux méthodes pour obtenir des échantillons représentatifs .....	86
1.2 Les échantillons non représentatifs .....	86
1.3 Combien faut-il interroger de personnes ? .....	86
2. Administrer le questionnaire .....	90
2.1 L'administration par enquêteur .....	90
2.2 L'enquête auto-administrée .....	90
3. Préparer les données .....	93
3.1 Les variables .....	93
3.2 Codification des questions fermées .....	93
3.3 Codification des questions ouvertes .....	94
4. Traiter les données .....	96
5. Présenter les résultats .....	99
Bibliographie .....	104



### Introduction

« *L'art d'interroger n'est pas si facile qu'on pense. C'est bien plus l'art des maîtres que des disciples ; il faut avoir déjà beaucoup appris de choses pour savoir demander ce qu'on ne sait pas.* » (Rousseau)

Depuis qu'il y a des hommes qui parlent et écrivent, il y a eu des récits et comptes rendus sur les mœurs, l'état d'esprit ou les réactions de telle ou telle catégorie d'humains dans tel ou tel territoire, et ces informations ont toujours eu une incidence sur les décisions des souverains dudit territoire.

L'enquête personnelle devint ensuite l'affaire des moralistes et des journalistes. Parmi les premiers modèles du genre, citons Machiavel qui publie en 1508 et 1510 : « *Rapport sur les choses vues en Allemagne* » et « *Rapport sur les choses vues en France* »... et Daniel Defoe qui, en 1722, publie le fameux « *Journal sur l'année de la peste* ».

Avec le XIXe siècle commence l'essor des courants réformateurs et révolutionnaires cherchant appui sur des enquêtes sociales toujours menées personnellement par les auteurs, mais à l'aide de documents et de témoignages. Si le mot *sociologie* est inventé par Auguste Comte en 1839, le mot *socialisme*, lui, est né vers 1830. Les monographies sociales abondent : ce sont des descriptions méthodiques de phénomènes sociaux, plus généralement socioéconomiques (Enquête sur « l'état physique des ouvriers dans les Manufactures » par Villermé, 1840 ; « Situation des classes laborieuses en Angleterre » par Engels, 1845, etc..).

Il faut attendre cependant 1915-1920 pour que la conscience claire des problèmes techniques posés par l'enquête apparaisse, problèmes liés au souci d'obtenir des informations dignes de confiance sur la réalité psycho-sociale.

Depuis 1940, les techniques ont fait un pas important et nous sommes en pleine période de floraison des enquêtes psycho-sociales en tout genre, de ce qu'on appelle aux U.S.A. les social-survey.

Ainsi, la plus grave erreur que l'on puisse commettre - et qui est naturellement fort répandue - est de croire qu'un phénomène social est une somme de petits phénomènes individuels et que nous en aurons une idée suffisamment nette dès que nous aurons parcouru en touriste observateur les zones où il se produit.

La réalité sociale a une vie à elle, irréductible à la vie des individus et le problème est justement de saisir certains aspects de cette vie collective à travers l'observation et l'opinion des individus.

Dans ce cours, nous présenterons la démarche de recueil des données en sciences humaines et sociales. Il ne s'agit pas d'une liste exhaustive, ni d'une présentation détaillée de chacune de ces démarches, mais d'un aperçu de leurs logiques et champs d'application. De plus, nous n'approfondissons pas les implications en termes de traitement des données générées par ces modalités de collecte.



# Chapitre 1 :

## La préparation de l'enquête

**Chapitre 1 : La préparation de l'enquête**

**Plan du chapitre**

Introduction

1. Le choix de l'enquête

1.1 L'enquête sociologique

1.2 Enquête et sondage

1.3 La méthode d'enquête et les autres méthodes

2. La planification de l'enquête

2.1 Les étapes d'une enquête

2.2 Enquête qualitative vs quantitative

2.3 Le plan d'observation

3. Construire l'objet de l'enquête

3.1 Préciser les objectifs

3.2 Formuler les hypothèses

3.3 Les techniques de la pré-enquête

## Chapitre 1 : La préparation de l'enquête

### Introduction

L'idée de l'enquête pourrait jaillir dans l'esprit d'un responsable sous la pression d'un problème général à résoudre pratiquement, d'une intention de recherches psychologiques, sociologiques, politiques..., d'un besoin d'informations sur un problème psycho-social ou socio-économique. À l'état naissant, pour ainsi dire, l'idée indique une direction, mais ne précise pas ses objectifs.

Ainsi un étudiant de psychologie ou sociologie voudrait faire une enquête sur « *L'information médicale du public* », un Ministre, dans le cadre de dispositions à prendre, demande une enquête sur « *les raisons de l'échec des mesures préventives dans la propagation d'une pandémie sur le territoire national* », un Directeur Commercial a l'intention de faire faire « *une enquête sur les résultats d'une campagne publicitaire* », un responsable de centre de formation accélérée s'intéresse aux « *motivations de ses candidats* ».

L'objet de l'enquête est une définition plus précise à partir de l'idée, et une délimitation de son « champ » avec le maximum de clarté.

Pour en arriver là, il faut de toute nécessité déterminer le but visé par le promoteur de l'enquête.

Le problème des « *conditions de vie des personnes âgées* » est très vague et ne se précisera que si l'on sait dans quel but on fera l'enquête : « *habitat* » par exemple, ou « *composition et origine de leurs moyens financiers d'existence* », ou « *types de nourriture consommée par elles* », ou encore « *comparaison des conditions générales d'existence (habitat, revenu, environnement familial, statut social, occupations, loisirs, communications sociales) des personnes âgées, en ville et à la campagne* ». De toute façon, il faudrait définir la tranche d'âge de manière précise.

En passant de l'idée de l'enquête à la délimitation de l'objet, on s'aperçoit de la « *surface du champ* » ou de l'étendue de l'enquête. On est amené à une plus juste estimation première des moyens, et le plus souvent aussi à choisir un point précis. Ce chapitre aura donc comme objectif de cerner la démarche de recherche dans les sciences humaines et sociales, choisir une stratégie et définir les contenus d'une enquête.

## Chapitre 1 : La préparation de l'enquête

### 1. Le choix de l'enquête

Utilisé dans le langage courant, le mot « enquête » ne signifie pas nécessairement une démarche méthodologique de recherche. Il indique simplement une quête d'informations, collecte de témoignages, recherche pour savoir quelque chose. C'est d'abord une procédure civile ou judiciaire qui passe par l'interrogation de témoins, le recueil d'informations à des sources diverses, le repérage d'indices et des recoupements autour du cas à traiter.

Une quête peut être aussi une procédure par laquelle l'administration réunit des informations, vérifie certains faits avant une prise de décision. C'est par exemple l'enquête d'utilité publique dans le cadre d'un projet d'urbanisme.

Les journalistes réalisent eux aussi des enquêtes pour leurs articles. Ils rassemblent des documents, les confrontent, font parler des informateurs et recueillent l'avis de personnalités. Ainsi, le mot « enquête » désigne différentes pratiques et cela risque de provoquer des confusions dans les esprits.

#### 1.1 L'enquête sociologique

Comme toute enquête, une enquête sociologique est une technique de collecte d'informations. Elle est réalisée par interrogation systématique de sujets d'une population déterminée, pour décrire, comparer ou expliquer : il s'agit d'une démarche de type scientifique.

L'enquête va être conduite avec un grand souci de rigueur méthodologique pour réduire la part de subjectivité du chercheur. Sa mise en œuvre suppose un questionnement réfléchi, strictement préparé autour de la construction de la problématique ; dans l'organisation de la collecte des informations, on attache une attention particulière au mode de recueil et au choix de l'échantillon ; pour l'analyse des résultats, on utilise des méthodes systématiques avec effort de quantification, recherche de lois ou de régularités statistiques.

#### 1.2 Enquête et sondage

Le terme d'enquête a une extension plus large que celui de sondage. À travers la technique du sondage d'opinion, on cherche à obtenir « une photographie de l'opinion à un moment donné » et le résultat du sondage se traduit toujours par des chiffres, une série de pourcentages par exemple.

On se rend compte que dans le cas d'un sondage d'opinion destiné à décrire des distributions de réponses, le choix de l'échantillon est fondamental. Dans le cadre de l'enquête, le choix de l'échantillon peut avoir moins d'importance, mais l'analyse est souvent plus approfondie.

#### 1.3 La méthode d'enquête et les autres méthodes

Comme nous venons de le voir, le terme « enquête » a tendance à qualifier n'importe quelle méthode de recherche d'information, nous le réserverons quant

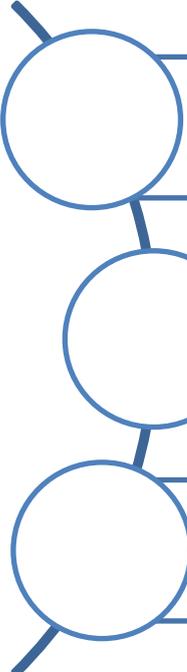
## Chapitre 1 : La préparation de l'enquête

à nous à l'enquête sociologique, ce qui nous ramène à se poser la question suivante : quelles sont les méthodes concurrentes de la méthode de l'enquête dont dispose le chercheur en sciences humaines et sociales pour obtenir des données ?

- *L'étude documentaire* : l'observation passe par l'étude de « traces » recueillies à travers des écrits divers, des relevés statistiques ou des inventaires d'objets traités (journal officiel, archives, articles de presse, œuvres littéraires...) on peut également avoir recours à des documents iconographiques (images, caricatures, films...), sonores (chansons, musiques...).

Ces documents donneront lieu à des analyses qualitatives (analyse de contenu) ou à des analyses quantitatives (analyses statistiques) selon les questions qu'on se posera à leur propos.

### Les différentes sources documentaires



**Les sources académiques:** On peut les trouver dans les articles publiés dans des revues scientifiques, dans des actes de colloques. On les trouve également dans des thèses et des mémoires

**Les sources Générales:** Des ouvrages (livres) traitant de votre sujet ou d'une partie de votre sujet. Ils sont en général plus accessibles et compréhensibles pour un public plus large.

**L'ensemble des médias:** Les médias publient parfois des dossiers sur un sujet d'actualité en utilisant des méthodes d'investigation sérieuses. Des programmes de radio ou de télévision proposent souvent des sujets avec des invités spécialisés dans les sujets qui concernent votre recherche.



- *L'observation directe* : Pour Angers (1992 : 353) « l'observation en situation est une technique directe d'investigation scientifique utilisée habituellement auprès d'un groupe et qui permet d'observer et de constater de façon non directive des faits particuliers et de faire un prélèvement qualitatif en vue de comprendre des attitudes et des comportements ». L'observateur se rend sur son terrain pour étudier un groupe naturel (une bande de jeunes, une entreprise, un village...). Il regarde ce qui se passe, interroge des informateurs et essaie de contrôler leurs dires par vérification. L'observation peut être participante ou non participante.

### Chapitre 1 : La préparation de l'enquête

Dans **une observation participante**, le chercheur participe au phénomène social qu'il étudie. Cela veut dire qu'il ne cherche pas à être extérieur au phénomène observé. Au contraire, il veut le comprendre de l'intérieur, en vivant pendant un temps plus ou moins long avec les individus dont il veut comprendre le comportement.

#### Exemple fictif d'une observation participante

Un chercheur en relations industrielles entreprend une recherche sur la productivité des employés d'une usine. Ce chercheur veut connaître les causes des variations de la productivité de ces travailleurs. Pour ce faire, il s'entend avec les employeurs de l'usine et se fait engager comme travailleur. Il peut ainsi observer les comportements des travailleurs de cette usine pendant des semaines, en vivant ce qu'ils vivent et en ressentant ainsi, par lui-même et par l'observation de ses nouveaux collègues, ce qui influence leur niveau de productivité.

En choisissant de faire **une observation non participante**, le chercheur pense qu'il vaut mieux ne pas se mêler à la vie du groupe étudié, afin que sa présence n'influence pas son comportement. Il croit que sa position d'extériorité lui permettra d'être moins influencé par la vie de ce groupe, ses valeurs, ses discours, ses idéologies, ses façons de faire. Selon certains, une observation non participante devrait permettre de récolter des données plus objectives qu'une observation participante.

#### Exemple fictif d'une observation non-participante

Un chercheur en relations industrielles entreprend une recherche sur la productivité des employés d'une usine. Ce chercheur veut connaître les causes des variations de la productivité de ces travailleurs. Pour ce faire, il se place à un endroit surélevé dans une usine afin d'avoir une vue d'ensemble sur un petit groupe de travailleurs, et il observe pendant des semaines le comportement des travailleurs de l'usine. Grâce à ces observations, il espère être témoin d'évènements qui lui révéleront les facteurs qui influencent la productivité des travailleurs.



### Chapitre 1 : La préparation de l'enquête

- *L'expérimentation* : la méthode expérimentale (ou observation provoquée) est utilisée pour mettre à l'œuvre une hypothèse : il s'agit d'observer l'effet produit par la modification intentionnelle d'un facteur manipulé par l'expérimentateur. La situation est donc construite pour l'occasion et contrôlée par le chercheur.

Comme on vise la plupart du temps à établir une relation fonctionnelle entre des variables, au moins une variable agit sur une autre un peu comme une cause agit sur un effet. La relation cause et effet met en évidence la relation entre la variable indépendante et la variable dépendante. La **variable dépendante** c'est la variable résultante, celle qui subit l'effet. La **variable indépendante** est considérée comme agissante, celle qui cause l'effet.

#### Exemple fictif d'une expérimentation

Vous voulez comparer deux méthodes d'enseignement des langues. Le même groupe d'élèves ne peut suivre les deux méthodes. Chaque groupe apprendra les maths selon une seule méthode (le groupe expérimental et le groupe témoin).

Dans ce cas, il y a nécessité absolue d'équilibrer les deux groupes en fonction de plusieurs facteurs, comme la proportion garçons/filles, le rendement préalable en maths, le niveau d'intelligence, et ainsi de suite. Les deux groupes doivent se trouver sur un pied d'égalité.

Cette approche expérimentale implique aussi qu'un phénomène connu quelconque intervient entre les deux évaluations. Il implique aussi que cette intervention aura de l'influence sur la variable dépendante. **L'effet de l'intervention sera calculé comme la différence entre les deux prises de mesure ou les deux évaluations (post - pré = différence).**

Chapitre 1 : La préparation de l'enquête

**Application : voici neuf projets d'étude. Quelle méthodologie préconisez-vous dans chaque cas ?**

a. Combien de personnes ont fréquenté le musée de Cirta en 2019.

.....

b. Les visiteurs d'une exposition sont-ils satisfaits ? que pensent-ils de l'exposition ?

.....

c. Quelle représentation de la politique nationale véhicule la presse ?

.....

d. Qui utilise les petites annonces dans un journal ?

.....

e. Y a-t-il une façon stéréotypée de rédiger une petite annonce sur les réseaux sociaux ?

.....

f. Que font les membres d'une secte lorsqu'un évènement prévu (comme la fin du monde) ne se produit pas ?

.....

g. Les étudiants de la filière Lettres et langues réussissent-ils mieux leurs études lorsqu'ils ont obtenu un baccalauréat scientifique ?

.....

h. Comment se passent les communications dans un groupe de travail de 8 personnes ?

.....

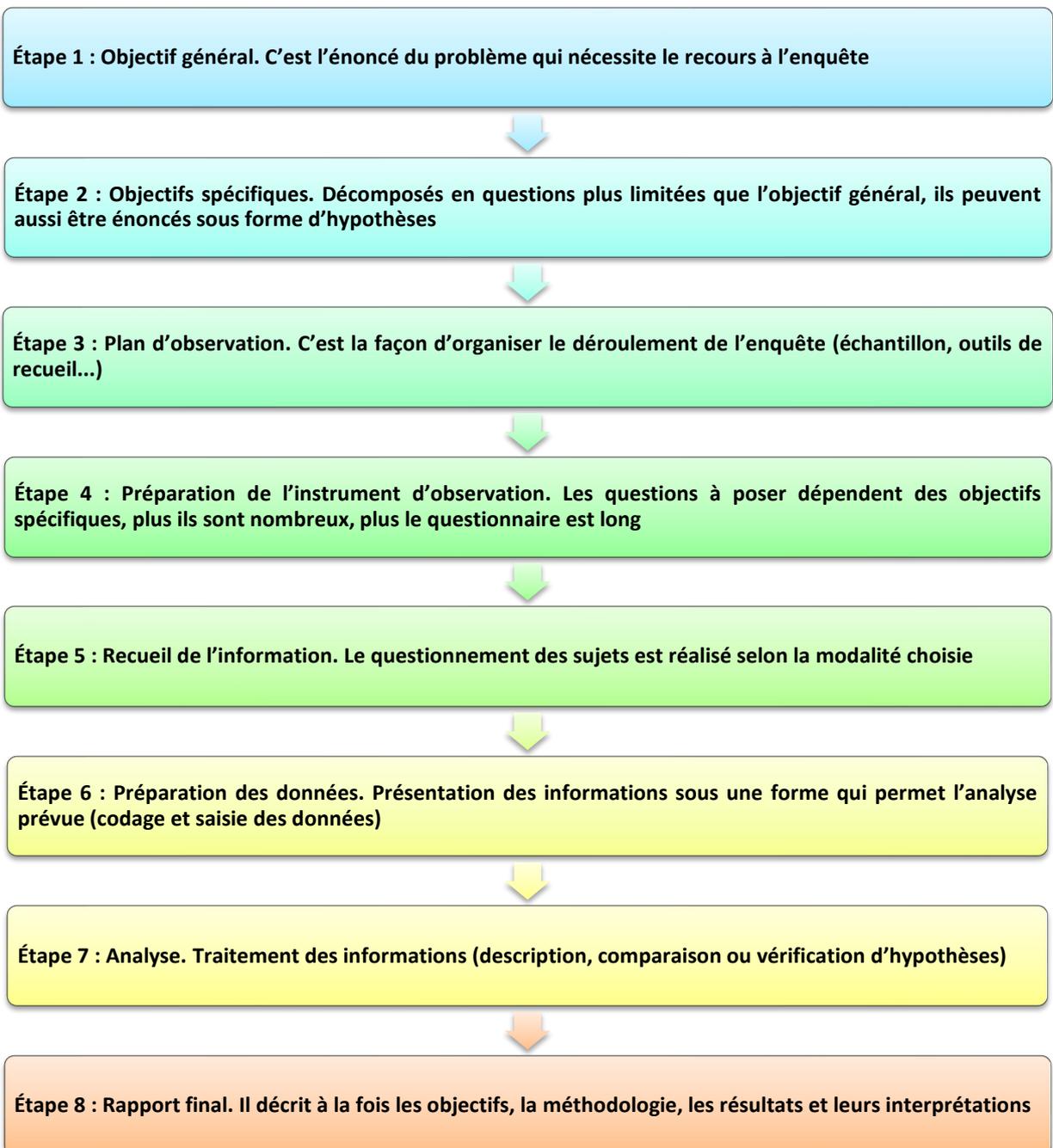
i. Comment varient les pratiques testamentaires dans le temps et selon les régions ?

.....

### 2. La planification de l'enquête

Lorsque l'enquête vous paraît adaptée à votre projet, vous devez prévoir son déroulement et faire des choix de stratégie en tenant compte des moyens dont vous disposez.

#### 2.1 Les étapes d'une enquête



### 2.2 Enquête qualitative vs quantitative

L'enquête en sciences humaines et sociales prend des formes bien différentes. Choisir une approche fait partie de la stratégie de recherche.

On oppose généralement l'approche qualitative, avec un nombre limité de cas, conduite par entretiens approfondis, à l'approche quantitative avec étude statistique, réalisée à partir d'un questionnaire fortement structuré.

. L'analyse qualitative scrute en profondeur un corpus en fouillant systématiquement, au moyen de fines catégorisations, tous les éléments de son contenu que le chercheur s'oblige à retracer, à classer, à comparer et à évaluer. Selon la méthode employée, cette recherche affinée est plus ou moins longue à réaliser ; elle ne peut, à cause du temps nécessaire pour traiter chaque document (à moins que vous ne disposiez de moyens conséquents), être appliquée à un large corpus, ce qui représente une limitation lorsque vient le temps de valider certains résultats.

L'analyse quantitative est plus rapide à effectuer et se base uniquement sur un traitement statistique des données, car elle entre moins dans les détails des contenus. Par exemple, le chercheur va dénombrer les articles traitant de son sujet de recherche, mais il ne tentera pas de les décortiquer et d'en soupeser les éléments de contenu. L'évaluation des variables que le chercheur veut retracer n'est donc plus possible ; l'analyse quantitative ne peut que comparer des fréquences d'apparition. Cependant, comme cette méthode est rapide d'exécution, elle permet de traiter d'importants corpus.

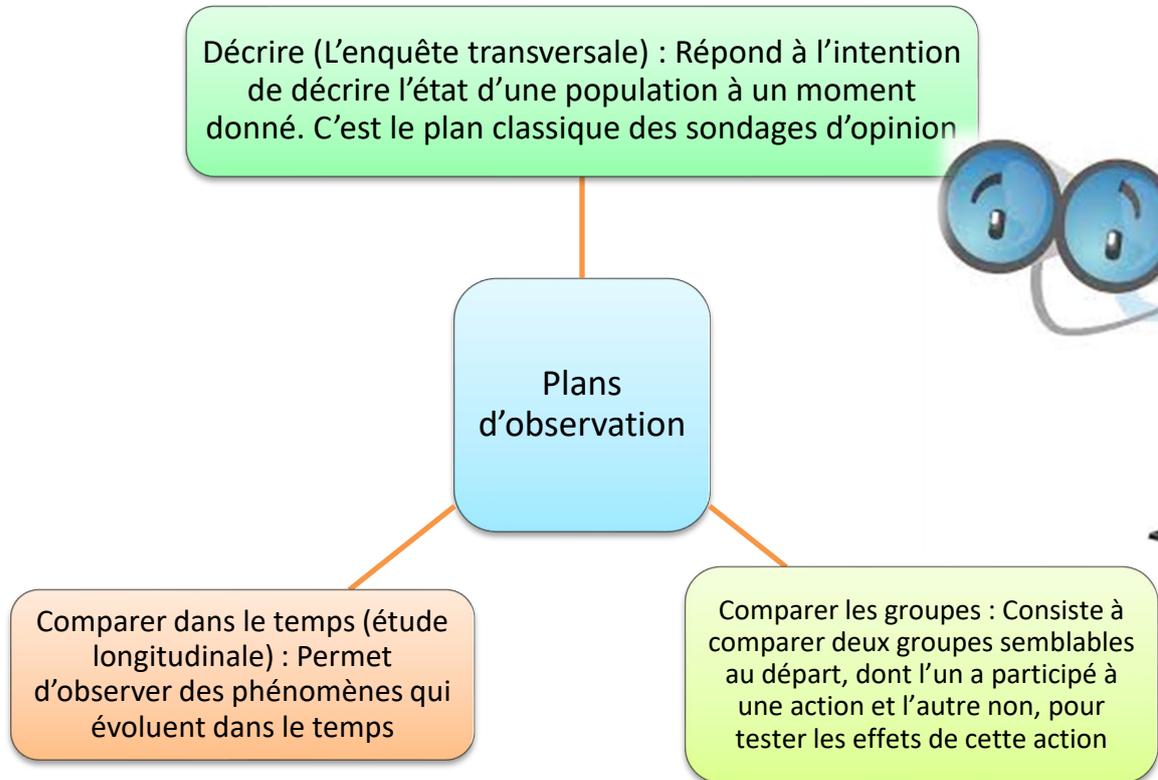
Ces deux grands types de méthodes employées, loin de s'exclure, se complètent généralement dans les travaux empiriques et permettent ainsi de se contrôler mutuellement.

<b>Étude qualitative</b>	<b>versus</b>	<b>Étude quantitative</b>
- Approche intensive		- Approche extensive
- Structuration minimum		- Structuration maximum
- Entretien ouvert sur un thème		- Questionnaire standardisé
- Pas de questions préparées		- Questions préparées
- Libre expression du répondant		- Questions imposées au répondant
- Nombre réduit d'enquêtés		- Grand nombre d'enquêtés

Entre ces deux cas extrêmes, toutes les formes intermédiaires de questionnement sont possibles (entretiens semi-directifs, questionnaire plus ou moins ouvert ou au couplage de techniques).

### 2.3 Le plan d'observation

Le plan est défini en fonction des objectifs : il s'agit de décrire une population, comparer des groupes à un moment donné ou suivre l'évolution dans le temps.



Décrire (L'enquête transversale) : Répond à l'intention de décrire l'état d'une population à un moment donné. C'est le plan classique des sondages d'opinion

Plans d'observation

Comparer dans le temps (étude longitudinale) : Permet d'observer des phénomènes qui évoluent dans le temps

Comparer les groupes : Consiste à comparer deux groupes semblables au départ, dont l'un a participé à une action et l'autre non, pour tester les effets de cette action

## Chapitre 1 : La préparation de l'enquête

**Application : qu'est-ce qui vous paraît le mieux convenir : étude quantitative par questionnaire ou étude qualitative par entretien? Justifiez votre choix pour chacun des cas.**

a. Le directeur d'un établissement pour personnes âgées désire savoir si l'organisation et les services offerts par son institution sont appropriés. Il demande à un intervenant de réaliser une enquête auprès de 20 résidents et 7 du personnel pour voir de quelle façon améliorer les services.

.....

.....

.....

b. Un service de santé de votre ville voudrait évaluer les établissements pour personnes âgées qui sont sur son territoire. Cela représente environ 1500 personnes et 200 salariés. Une enquête doit être conduite pour savoir si les services reçus par les résidents sont appropriés.

.....

.....

.....

c. On veut évaluer quelle part de la population d'un pays utilise l'informatique. Ce pourcentage est-il stable dans tous les groupes sociaux ?

.....

.....

.....

d. On veut savoir ce que représente l'informatique pour les habitants d'une région, quelles images ils lui associent, comment ils sont capables de l'intégrer à leur vie quotidienne.

.....

.....

.....

e. On se demande s'il y a une relation entre certaines appartenances sociales et culturelles et la fréquentation d'un musée d'une ville.

.....

.....

.....



### 3. Construire l'objet de l'enquête

#### 3.1 Préciser les objectifs

Si l'on décide de conduire une enquête, c'est pour répondre à une question que l'on se pose. Par exemple, quelles sont les attentes des habitants de telle commune en matière de loisirs ? Qu'est-ce qui pousse les gens à s'inscrire dans une salle de culture physique ? Pourquoi certains croient au paranormal ? les usagers des services municipaux sont-ils satisfaits ? Pourquoi les jeunes collégiens fument-ils ? Ainsi, un champ de recherche est formulé le plus souvent sous forme d'interrogations.

Il faut savoir transformer la question générale de départ en questions de recherches spécifiques, claires et précises, qui permettront une vérification empirique à travers l'enquête.

On peut par exemple remplacer la question « pourquoi les jeunes collégiens fument-ils ? » par une question de recherche opérationnelle et vérifiable comme « les enfants fument-ils de la même façon qu'ils ont ou non des membres de leur famille qui fument ? ».

Il n'y a pas une façon unique de traiter le problème. Poser des questions spécifiques conduit à clarifier ses centres d'intérêt, à préciser de quelle façon on choisit d'aborder la question et donc à réduire le champ d'étude.

Ainsi, et de façon générale, les objectifs d'une enquête en sciences humaines et sociales se répartissent, dans l'ensemble, en 5 champs :

1° *Les données dites personnelles* : par exemple degré d'instruction, appartenance religieuse, nationalité, participation à tels ou tels groupes, données économiques (revenus, dettes, crédits...), données professionnelles ou familiales, etc., tout ceci concernant les individus dans la collectivité ou le milieu social sur lequel on effectue l'enquête.

2° *Les données sur l'environnement* : par exemple circonstances dans lesquelles ils vivent, type de voisinage, relations familiales, habitat, etc.

3° *Les données de comportement* : on a pu dire que « toutes les enquêtes, même celles qui se rapportent à l'économie ou à la santé publique, ont affaire au comportement des humains ». On cherche en effet à savoir, par les enquêtes, comment se comportent les membres de la population étudiée, et toutes les formes de comportement peuvent intéresser les enquêtes. Bien entendu, ce domaine peut être aussi l'objet d'une observation méthodique.

4° *Les niveaux d'information, les opinions et attentes* (c'est-à-dire espoirs, craintes, expectations, aspirations). Vaste champ où l'enquête règne en maîtresse quasi absolue, et où triomphent les méthodes de sondage.

### Chapitre 1 : La préparation de l'enquête

5 ° *Les attitudes et motivations* dont on peut dire en gros qu'elles représentent ce qui pousse à l'action, au choix, à la décision, autant que le « Pourquoi » des comportements et des opinions.

Les objectifs de l'enquête en sciences humaines et sociales ne consistent pas seulement à obtenir ces renseignements, mais aussi, et surtout à étudier les rapports entre les faits recueillis.

Chapitre 1 : La préparation de l'enquête

**Application : Vous devez conduire une enquête sur les habitudes de lecture des enfants de 9-10 ans. Trouvez des facteurs qui pourront expliquer des différences entre habitudes de lecture des enfants.**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



#### 3.2 Formuler les hypothèses

Les questions de recherche d'une enquête peuvent souvent être énoncées sous forme d'hypothèses, c'est-à-dire de prédiction des résultats attendus. Le plus souvent, les hypothèses d'enquête se présentent sous forme d'anticipation d'une relation entre deux éléments. À propos des croyances au paranormal, on peut formuler par exemple les hypothèses suivantes :

- Un faible niveau d'étude accentue les croyances au paranormal ;
- La culture scientifique éloigne de ces croyances ;
- Ces idéologies alternatives fourniraient une sorte de dérivatif dans des situations d'incertitude ou de frustration ;
- Il y a une relation négative entre les croyances religieuses et les croyances aux para-sciences.

On peut facilement constater (et c'est une preuve à contrario) qu'il n'existe pas de questionnaire d'enquête sans hypothèse. Mieux encore, il faut remarquer qu'il est impossible de formuler une question sans que - qu'on le veuille ou non - une hypothèse y soit contenue, d'une manière plus ou moins repérable, plus ou moins explicite.

Dans une question comme :

« Où achetez-vous votre pain ? », l'hypothèse est que « vous achetez votre pain quelque part », ce qui exclut l'hypothèse que vous puissiez le fabriquer vous-mêmes.

Dans tous les cas de figure, les qualités d'une hypothèse peuvent se résumer ainsi :

- Elle doit s'énoncer sous une forme permettant la vérification empirique.
- Une hypothèse doit se référer à des notions mesurables.
- Une hypothèse doit être plausible (rattachée à des théories psychologiques ou sociologiques ou bien correspond à des observations tirées d'autres études ou encore elle paraît logique).
- Une hypothèse posée au début d'une recherche n'est que provisoire. Lorsqu'apparaissent davantage d'informations sur le sujet, elle peut être remise en cause et modifiée. Elle sert à faire progresser la recherche.
- Une hypothèse n'est pas une certitude, elle peut se trouver non validée par l'enquête. C'est l'occasion d'essayer de comprendre il en est ainsi, de poser de nouvelles questions ou de réfléchir à d'autres pistes de recherche.

Chapitre 1 : La préparation de l'enquête

Application : Parmi les hypothèses suivantes, repérez celles qu'une enquête par questionnaire permettrait de vérifier. Sinon, transformez ces hypothèses pour qu'elles deviennent opérationnelles.

A. Les algériens sont heureux.

.....  
.....  
.....

B. Il y a une montée du racisme dans la société actuelle.

.....  
.....  
.....

C. Les niveaux sociaux élevés préparent mieux leurs retraites que les autres.

.....  
.....  
.....

D. Les enfants des meilleures mères de famille travaillent le mieux.

.....  
.....  
.....

E. Les enfants de milieux désunis ont une attitude plus négative face au mariage que les enfants de milieux unis.

.....  
.....  
.....

### 3.2 Les techniques de la pré-enquête

La pré-enquête a pour but de déterminer les hypothèses de l'enquête et, par voie de conséquence, les objectifs (tester les hypothèses).

La pré-enquête est l'essentiel de la phase préparatoire de l'enquête : elle est une étape de recherche des hypothèses possibles, mais des hypothèses vérifiables. Sauf dans les enquêtes périodiques bien installées ou les sondages de routine, il est absolument indispensable de prévoir l'étape du pré-test auprès d'un échantillon même très réduit, de composition analogue à celle de la population de l'enquête. Cette mise à l'épreuve de l'outil a pour objectif de vérifier sa maniabilité, sa recevabilité par l'enquêté la durée de l'interview, etc. Elle doit faire l'objet d'un soin particulier sauf à courir le risque de disposer en fin de compte d'un outil médiocre ou inutilisable.

#### A. La recherche du mot juste

Que la population enquêtée soit diversifiée comme dans un sondage « grand public » ou spécifique comme dans une enquête auprès d'un groupe social, le problème se pose du choix d'un niveau de langage et d'un vocabulaire adaptés. Comme le montrent les deux exemples ci-dessous, c'est à l'étape du pré-test que s'opère la sélection du mot juste et la mise au point des libellés.

- *Quelle fut pour vous l'ambiance de Mai ?*

La préparation d'une enquête auprès des étudiants d'une ville universitaire du Sud-Est après les événements de Mai 1968 prévoit un pré-test du questionnaire structuré auprès d'une cinquantaine d'entre eux. L'équipe chargée de la rédaction du projet est elle-même majoritairement composée d'étudiants. En décembre 1968, elle met à l'épreuve une question dont les éventualités de réponses sont déjà choisies en mêlant de façon équilibrée les substantifs plutôt positifs et plutôt négatifs. En outre, les répondants sont incités à faire de nouvelles propositions à la ligne « autres » prévue à cet effet.

Question du pré-test	Question définitive
« Pendant les événements de mai, régnait une ambiance particulière. D'après vous qu'est ce qui a prédominé ? (2 réponses possibles) Liberté 25% Autonomie 12% Anarchie 35% Euphorie 17% Décadence 8% Affolement 15% Solidarité 20% Autres .....	« Quelle fut pour vous l'ambiance de mai ? (2 réponses possibles) Libération 21% Anarchie 32% Euphorie 19% Affolement 11% Solidarité 21 % Irresponsabilité 7% Utopie 33% Prise de conscience 51%

Source : J. Freyssinet-Dominjon, « La nouvelle génération étudiante à Grenoble », *Revue française de Science politique*, mai 1971.

### Chapitre 1 : La préparation de l'enquête

Le dépouillement de la question du test montre qu'un certain nombre de mots utilisés pour qualifier l'ambiance de mai 1968 sont peu retenus par les répondants du test. Les commentaires qui accompagnent les refus soulignent par exemple que le mot *autonomie* est impropre ou que le mot *décadence* est beaucoup trop fort. Parmi les mots proposés en « autres », trois paraissent pertinents et sont retenus dans la version définitive du questionnaire. Dans l'enquête finale, ce sont deux d'entre eux, *utopie* et *prise de conscience* qui seront le plus souvent choisis.

#### - **Comment nommer un enseignant du premier degré ?**

Pour une enquête réalisée en 1988 par des étudiants de l'Université de Paris I Panthéon-Sorbonne auprès des futurs enseignants publics et privés du premier degré, un questionnaire prévoit une question sur la meilleure façon de désigner ces derniers dans l'exercice de leur métier. Le pré-test de la question montre que les futurs professionnels des deux bords s'entendent très majoritairement comme de futurs *instituteurs* ou *instits*. Un petit nombre préfèrent le vocable *d'enseignant*. Mais, sur l'un ou l'autre bord, aucun ne choisit l'expression traditionnelle de *maître* ou *maîtresse* d'école. Celle-ci semble donc être inutile dans la liste du questionnaire définitif.

#### **B. L'équilibre global du questionnaire**

L'opération de pré-test sur le terrain permet de juger non seulement de la qualité des questions une à une mais de l'équilibre global de l'outil.

#### - **La durée de passation du questionnaire**

Il importe de pouvoir évaluer à l'avance la durée de passation d'un questionnaire. Cette information est indispensable pour l'organisation du travail d'enquête. Elle est également utile pour en informer la personne sollicitée qui hésite à se prêter à l'interview.

À noter que cet aspect technique et objectif de l'utilisation de l'outil ne constitue qu'un des aspects du problème. En fait, la durée de passation d'un questionnaire est avant tout d'ordre psychologique et dépend de la qualité du questionnaire et, dans les enquêtes orales, de la compétence de l'enquêteur.

Une fois autorisé à poser ses questions, il est rare que l'enquêteur ne puisse mener sa tâche jusqu'à la fin.

#### - **L'emploi et l'ordre des questions ouvertes et fermées**

Le pré-test du questionnaire permet d'évaluer l'intérêt respectif des questions ouvertes et fermées.

Le test des questions ouvertes permet de constater leur efficacité. Sont-elles suffisamment stimulantes ? Si oui, les réponses formulées sont-elles facilement consignables par l'enquêteur ? Faut-il les placer en début de questionnaire - selon un modèle dit « en entonnoir » - pour éviter d'influencer l'enquêté ou les placer en fin de questionnaire - selon le modèle dit de « l'entonnoir renversé » - pour qu'elle soit abordée alors que l'enquêté est habitué à la situation d'interview et à la thématique du questionnaire ?

### Chapitre 1 : La préparation de l'enquête

Faut-il, enfin, comme nous l'avons vu plus haut, convertir un certain nombre de questions ouvertes en questions fermées en se servant des réponses apportées par les répondants du test ?

Le test des questions fermées sert à valider leur formulation. Sont-elles bien acceptées ou, comme dans l'exemple ci-dessous sur les raisons de l'échec scolaire, refusées comme non pertinentes ?

Sont-elles bien comprises ? Le chapeau de la question est-il clair ? Les éventualités de réponse sont-elles bien retenues par l'enquêté. Son choix est-il fait en connaissance de cause ou, au contraire, faut-il prévoir l'édition d'une fiche portant mention de la liste des items que l'on remettra à l'enquêté au moment de répondre pour soulager sa mémoire ?

Les questions ne se contaminent-elles pas les unes les autres ? Cet effet de halo peut être décelé à travers les remarques de l'enquêté qui sont ici soigneusement relevées. Par exemple, il est préférable d'éloigner la question de fait sur le nombre d'enfants du répondant enquêté par rapport à la question d'opinion sur la taille d'idéale d'une famille. Père d'un enfant unique, la personne interrogée hésitera peut-être à dire qu'à ses yeux l'idéal est celui d'une famille de trois enfants ... ou inversement.

#### *L'échec scolaire, c'est la faute ...*

- *des élèves qui ne travaillent pas*
- *des parents*
- *des enseignants*
- *du système scolaire*
- *autres, qui ?*

Source : *Enquête auprès des instituteurs en formation dans les Écoles normales et les CFP*, 1988, (ISST, Université de Paris I Panthéon-Sorbonne) pré-test du questionnaire. Au vu des refus de répondre, la question est retirée.

En principe, la pré-enquête comprend les problèmes d'établissement de budget, du « calendrier » de l'enquête (planning de la recherche ultérieure) ; de l'étude des conditions générales de l'enquête (autorisations éventuelles à demander, stratégie des opérations, prévision des besoins matériels, etc.), mais tout cela n'a de sens que si l'enquête doit se faire. Donc l'essentiel est de déterminer les hypothèses et les objectifs. Les spécialistes, sur ce point, ont naturellement des préférences de méthode, mais il semble prudent de les énumérer toutes et de recommander l'utilisation convergente de toutes celles qui vous seront possibles ou accessibles dans le cadre de l'objet de l'enquête particulière dont vous vous occuperez.

La recherche des hypothèses peut se faire par :

1° *La méthode documentaliste*. Elle consiste à utiliser (lire et dépouiller) la documentation écrite qui a paru sur le problème ou sur les problèmes connexes.

### Chapitre 1 : La préparation de l'enquête

Il serait stupide de ne pas être au courant d'une enquête déjà effectuée sur le même objet, et de ne pas en consulter le compte rendu. Des livres, des articles, des films, des conférences, des disques existent peut-être (existent sans doute) en France ou ailleurs sur le problème qui vous intéresse.

2 ° *La méthode rond-de-cuir* qui consiste à réfléchir sur la question dans le silence de son cabinet de travail, et à procéder à une analyse systématique des hypothèses possibles ou des facteurs de la situation à étudier.

3 ° *Les réunions-discussions de groupes*, composées de personnes non concernées, mais qui pourraient « avoir des idées » en discutant librement dans une réunion bien animée.

4 ° *Les interviews de groupe* qui peuvent se faire soit avec des personnes compétentes, « connaissant le problème » (à leur manière), soit avec des personnes qui seront ultérieurement (ou seraient) directement concernées par l'objet de l'enquête.

5 ° *Les interviews-pour-voir*. Plusieurs interviews, du genre interviews non-directives mais centrées sur le thème, sont menées (par un ou mieux par plusieurs enquêteurs qui se retrouveront ensuite en discussion de groupe) de manière libre auprès de personnes sélectionnées empiriquement pour leur grande information personnelle ou pour leur implication certaine dans l'objet de l'enquête. Ceci revient à rechercher une véritable « documentation vivante » à côté et en dehors de la documentation écrite.

La synthèse finale de la pré-enquête tire au clair toutes ces idées, les filtre, les formule en autant de possibles à vérifier (hypothèses), et a pour avantage évident de clarifier le champ de l'enquête. L'horizon se dégage. On sait où l'on va.

Chapitre 1 : La préparation de l'enquête

Application : cet exercice vous montrera une façon d'utiliser les entretiens de pré-enquête. Dans le cadre de la préparation d'une enquête par questionnaire de l'attitude à l'égard de la musique classique, des entretiens exploratoires ont été réalisés à partir de la consigne «j'aimerais que vous me parliez de la musique classique : la musique classique, vous voyez ça comment ?»

Dans les entretiens, on a relevé des opinions significatives, caractéristiques de l'attitude positive ou négative (ou indicateurs de l'attitude) :

1. On ne se lasse jamais de l'écouter
2. C'est du passé, ça ne reflète pas la culture d'aujourd'hui
3. Ça me paraît triste
4. C'est un fond sonore agréable
5. C'est intéressant de voir ce qui a été fait dans le passé
6. C'est la plus belle musique jamais écrite
7. Je n'arrive pas à trouver ça beau
8. C'est mon passe-temps favori
9. Quelques fois, j'ai envie de pleurer
10. Pour me délasser, je préfère écouter du rock
11. Ça fait partie de notre culture
12. Ça ne me touche pas du tout
13. Ça me transporte



Classez les indicateurs selon :

- La dimension positive/négative
- Selon le contenu (beauté, plaisir ou jugement esthétique/émotion, affect/acquis culturel/distraction, loisir)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Comment utiliser ces indicateurs dans l'élaboration du questionnaire ?

.....

.....

.....

.....



## Chapitre 2 :

# Les entretiens

Chapitre 2 : Les entretiens

**Plan du chapitre**

Introduction

1. Une situation d'interaction particulière
  - 1.1 Une situation professionnelle
  - 1.2 Un processus de communication
2. Réaliser des entretiens non-directifs
  - 2.1 Choisir les enquêtés
  - 2.2 Lieu et temps
  - 2.3 Prise de contact avec le sujet
  - 2.4 La consigne initiale
  - 2.5 Interventions et relances
  - 2.6 Terminer l'entretien
  - 2.7 Prise de notes et magnétophone
  - 2.8 Retranscrire l'entretien
3. Entretien semi-directif ou entretien guidé
  - 3.1 Concilier deux orientations
  - 3.2 Le guide d'entretien
  - 3.3 Comment introduire les thèmes du guide ?
4. L'entretien de groupe
5. D'autres formes d'entretiens
6. Analyser l'entretien

### Introduction

L'enquête par entretien est un mode d'investigation dont l'exposé rencontre des difficultés spécifiques. Parce qu'il s'est largement répandu dans une diversité d'approches sociologiques, l'entretien ne semble plus aujourd'hui distinctif d'un courant de recherche particulier. Ses usages se sont multipliés et l'entretien est devenu dans bon nombre de recherches la référence standard supposée rendre compte de modalités de collecte des matériaux qui s'avèrent, de fait, très hétérogènes. Il est difficile, dans le cadre limité d'un chapitre, de présenter la diversité des usages de l'entretien et d'éclairer les débats particulièrement vifs qu'ils ont suscités. Il s'agit davantage de proposer une manière de construire une posture de l'enquêteur dans l'entretien de face à face, en rendant explicites les attendus théoriques qui sous-tendent cette posture et en explorant leurs conséquences pratiques.



## Chapitre 2 : Les entretiens

### 1. Une situation d'interaction particulière

L'entretien d'enquête n'est pas une situation de bavardage à bâtons rompus entre amis ni une simple discussion de palier avec ses voisins. Ce n'est pas non plus un échange à arguments pour convaincre ou pour controverser, ni un interrogatoire policier ou une confession.

#### 1.1 Une situation professionnelle

L'entretien est demandé par l'enquêteur pour obtenir de l'information sur un thème ; c'est lui qui est concerné et qui « conduit » l'entretien. Il devra donc utiliser un savoir-faire professionnel pour parvenir à motiver l'enquêté avec attention et gentillesse et l'amener à fournir des informations valables et non des informations « pour faire bonne impression ».

Les entretiens d'enquêtes réalisés montrent que l'enquêté peut se confier sur des sujets très intimes, privés, ou même des pratiques répréhensibles : il n'y a pas de sujet qui soit inabordable avec un bon enquêteur.

#### 1.2 Un processus de communication

La situation d'entretien déclenche une série d'interactions entre l'enquêteur et l'enquêté. Par exemple, intervient l'idée que chacun a de l'autre, et aussi ce que chacun pense que l'autre va penser de lui. Le résultat d'enquête peut être biaisé (déformé).

##### • *La distance sociale*

La distance sociale entre protagonistes (évaluée par exemple par la proximité plus ou moins importante de classes sociales, de niveaux d'instruction ou d'âge) peut jouer sur le déroulement du discours.

On considère généralement qu'il faut éviter une trop grande distance sociale. Les situations de pouvoir ne sont pas propices à l'expression de soi comme dans le cas d'un entretien réalisé par un professeur auprès de ses élèves ou par un supérieur hiérarchique dans une entreprise. On comprend aussi que des adolescents donnent davantage de réponses en relation avec des standards adultes à des enquêteurs âgés et se confient plus facilement à des enquêteurs jeunes. Mais parfois la différence paie. Ghiglione et Matalon citent par exemple le cas d'une enquête menée par des femmes auprès de camionneurs : pour arriver à bien se faire comprendre d'enquêtrices censées n'y rien connaître, ceux-ci s'efforçaient de donner le maximum de précisions.

##### • *Du côté de l'enquêté*

Le répondant peut produire une information déformée : il a le désir de maintenir l'estime de soi, de faire bonne figure et de se montrer comme quelqu'un de tout à fait dans la norme sociale. Des mécanismes de défense du moi peuvent également jouer : par exemple l'enquêté attribue aux autres des sentiments qu'il n'ose prendre à son propre compte (« les gens disent... » « mes voisins pensent... ») ; il oublie des éléments pénibles, des échecs, transforme inconsciemment la réalité, parle d'autre chose pour ne pas traiter un point trop impliquant, trouve des

### Chapitre 2 : Les entretiens

explications rationnelles (« je ne vais pas au cinéma parce que je n'ai pas le temps »). Il peut aussi avoir des difficultés à se souvenir du passé ou le reconstruire.

#### • *Du côté de l'enquêteur*

La qualité et la quantité des informations obtenues dépendent beaucoup des enquêteurs : certains essuient des refus et des non-réponses multiples ; d'autres au contraire savent obtenir des renseignements nombreux et intéressants.

Qu'est-ce qui distingue un bon enquêteur ? Le sens des relations humaines (contact facile, oser aborder les gens dans la rue, ne pas avoir peur des refus, ne pas être gêné de poser certaines questions), le fait d'être accrocheur et persuasif pour convaincre les personnes de lui accorder un peu de temps, la capacité à l'introspection, mais surtout, - et cela s'acquiert -, l'attitude professionnelle. Cela suppose réceptivité, largeur d'esprit et attention en même temps que discrétion et neutralité : l'enquêteur ne doit pas risquer de biaiser les résultats en introduisant son propre cadre de référence, ses désirs ou ses préjugés.

#### • *Les biais de l'enquêteur*

L'enquêteur peut influencer les réponses en raison de ses caractéristiques physiques ou personnelles, visibles ou perçues par l'interviewé : âge, sexe, apparence physique, classe sociale, éducation... Par exemple, dans une étude portant sur des problèmes de discrimination raciale, menée aux États-Unis avec des enquêteurs noirs et des enquêteurs blancs, sur deux échantillons équivalents, les enquêteurs noirs ont obtenu significativement plus d'informations sur le ressentiment envers la discrimination raciale.

D'autres influences inconscientes sont à l'œuvre dans la communication : on a pu mettre en évidence une relation entre opinions des enquêteurs et réponses des personnes interrogées (effet de modelage). Par exemple, dans une enquête sur les maisons préfabriquées, les réponses obtenues par les enquêteurs eux-mêmes favorables à ce type de construction sont significativement plus positives. Ce type de biais est même perceptible dans les enquêtes par téléphone. Les attentes des enquêteurs peuvent aussi jouer sur les réponses (effet d'anticipation) : lorsque l'enquêteur estime qu'une question est difficile ou qu'il aura beaucoup de non-réponses, il obtient en général moins de réponses.

Chapitre 2 : Les entretiens

**Application** : lors de la grande dépression de 1929 aux États-Unis, deux bons enquêteurs sérieux et expérimentés, participaient à une enquête sur les causes de la misère auprès de répondants tirés au sort, rencontrés dans des bars ou hôtels bon marché. Ils ont obtenu comme cause de la déchéance sociale :

- Premier enquêteur : l'alcool (62 % des cas); le chômage (7 % des cas); le reste est attribué à des causes variables.

- Second enquêteur : le chômage et les conditions socio-économiques (39 % des cas); l'alcool (22 % des cas); le reste est attribué à des causes variables.

Quelles raisons pouvez-vous invoquer pour expliquer l'écart entre les observations des deux enquêteurs, sachant qu'il s'agissait d'enquêteurs professionnels qui suivaient sérieusement les instructions données pour le choix de l'échantillon ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### 2. réaliser des entretiens non-directifs

Dans l'entretien non-directif l'enquêté organise son discours à partir d'un thème qui lui est proposé (le stimulus ou la consigne). Il choisit librement les idées qu'il va développer sans limitation, sans cadre préétabli.

L'enquêteur joue un rôle de stimulateur, de facilitateur et par ses interventions montre qu'il écoute et qu'il comprend. Il doit apparaître comme quelqu'un de neutre (d'une « neutralité bienveillante »), capable de tout entendre, mais sans être indifférent, qui ne suggère, ni n'évalue, ni n'argumente. Les personnes interrogées prennent alors plaisir à parler avec un étranger qui ne met pas en doute leurs affirmations, qui prête attention à chacune de leurs paroles, ne les bouscule pas, ne les contredit jamais.

Dans ce climat de confiance, les informations obtenues peuvent être riches et nuancées : par ses développements et associations d'idées, l'enquêté exprime sa perception d'une situation, d'un événement, ses interprétations, ses expériences, révèle ses pensées et ses attitudes.

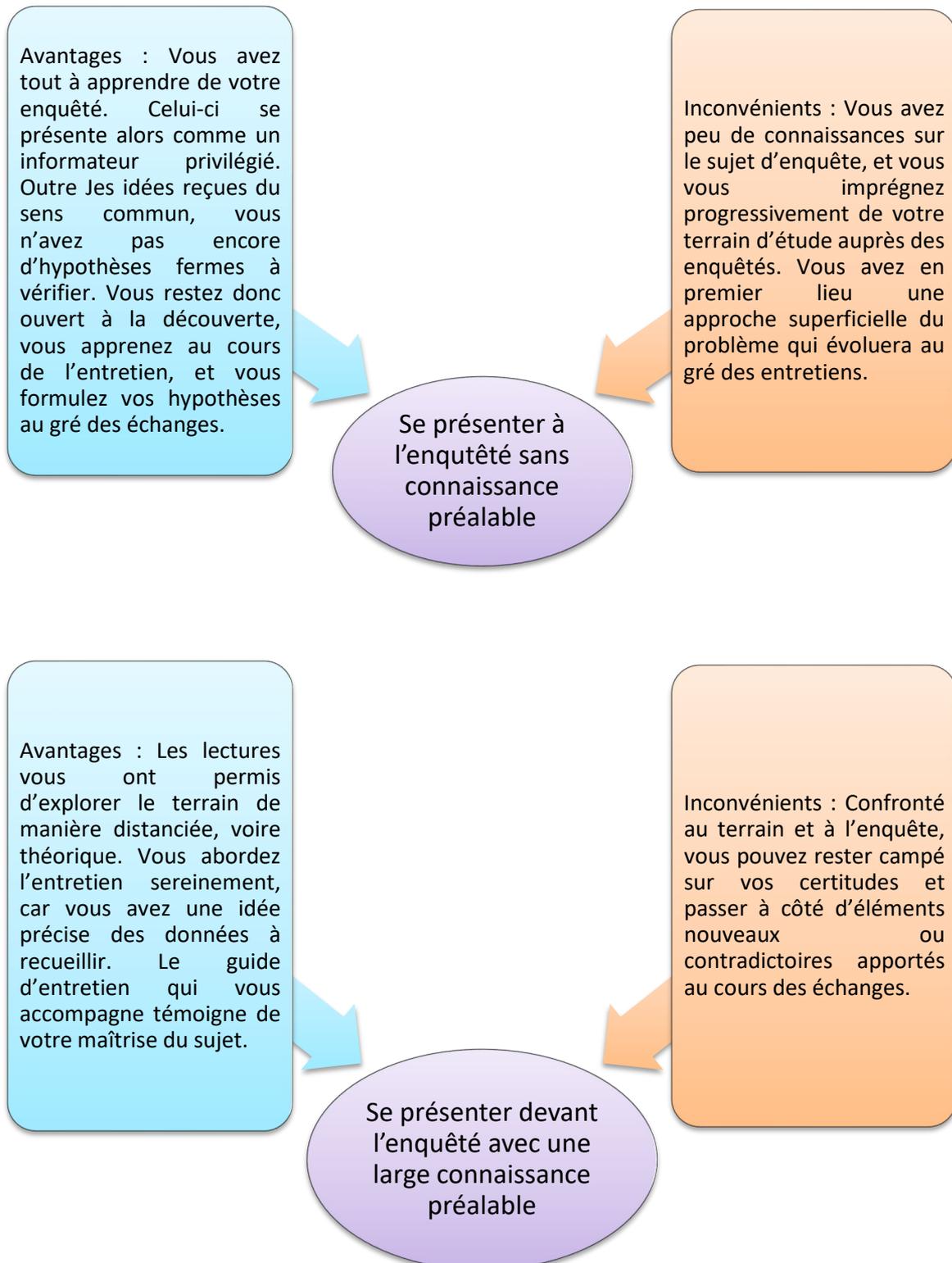
Compétence méthodologique et capacité d'écoute s'acquièrent par la pratique et la formation.

#### 2.1 Choisir les enquêtés

Pour le choix des personnes à interroger, on peut penser à des procédures diverses : frapper aux portes, tirer des sonnettes, sélectionner sur listes, passer par des intermédiaires (en utilisant par exemple le réseau de relations personnelles ou sociales de la personne à interroger).

Les informateurs doivent recouvrir les situations sociales les plus diverses possible à l'égard au thème d'étude. Pour conduire par exemple une étude sur les représentations du mariage il sera intéressant, outre la classique trilogie sexe-âge-profession, de prendre en compte la situation matrimoniale et le nombre d'enfants. Mais pour assurer à la relation une dimension professionnelle, il est indispensable qu'enquêteur et enquêté ne se connaissent pas. Le répondant est ainsi en mesure de dire franchement et en toute sérénité à l'enquêteur ce qu'il tairait peut-être à un proche, par crainte des conséquences. En outre, interroger des personnes connues de soi risque de provoquer une confusion des rôles : l'enquêté va-t-il répondre en tant que tel ou comme voisin, comme ami, comme collègue ?

## Chapitre 2 : Les entretiens



## Chapitre 2 : Les entretiens

### 2.2 Lieu et temps

Le lieu de l'entretien peut orienter le discours du répondant. Ainsi, le lieu de travail incitera davantage à parler de la situation professionnelle, le domicile d'aspects plus personnels. Si le thème risque d'être générateur d'anxiété, il faut trouver un endroit rassurant pour l'enquêté ; il risque de se sentir mal à l'aise s'il est convoqué dans un lieu institutionnel (un parent d'élève interrogé à l'école ou une personne accueillie dans un bureau d'étude). Un endroit calme (loin du bruit et de la foule d'un lieu public ou d'un café) et assurant l'isolement de la personne (sans intrus ou curieux et sans téléphone) donnera un caractère confidentiel à l'entretien.

Il est nécessaire de prévoir une durée suffisante pour que la relation de confiance entre enquêteur et enquêté ait le temps de s'établir. Cela évitera aussi que la personne, pressée, ne regarde sans arrêt sa montre ou interrompe l'entretien. Une à deux heures est un ordre de grandeur classique pour des enquêteurs entraînés.

### 2.3 Prise de contact avec le sujet

Dès les premiers instants, l'enquêteur doit motiver la personne sollicitée, accrocher son intérêt, la mettre en confiance pour l'amener à collaborer et à répondre à ses inquiétudes légitimes. Quelles informations donner ?

- Se présenter et présenter l'organisme de recherche ainsi que l'objectif de l'étude (pourquoi cette recherche ?). On peut insister sur l'intérêt de l'entretien pour le répondant (occasion de participer, de s'exprimer, de donner son avis, de faire avancer la science, de permettre des améliorations, etc.). En évoquant le thème général de l'entretien, on évite toutefois d'en dire trop pour ne pas déflorer la consigne (qui sera donnée au début de l'entretien proprement dit).

- Le sujet se demande « pourquoi moi ? » on lui explique comment, pourquoi et par le canal de quel intermédiaire il a été contacté.

- La situation d'entretien acceptée, il faut informer le sujet des modalités de réalisation de l'entretien : lieu, durée approximative, enregistrement (le magnétophone sera par exemple présenté comme « mémoire » de l'enquêteur, appareil pour éviter de prendre des notes et mieux écouter).

On parlera aussi du déroulement de l'entretien, du rôle de l'enquêteur (il propose le thème et intervient pour relancer l'entretien), de ce qu'on attend de l'informateur (réflexion sur un thème sans questions précises).

- L'évocation des aspects de déontologie professionnelle peut contribuer à rassurer le sujet : respect de l'anonymat, confidentialité, liberté de répondre.

Cette première rencontre, menée sans hâte, est destinée à dédramatiser la situation pour éviter que d'avance, le sujet ne se sente angoissé : il faut lui montrer qu'il n'y a pas de risque à répondre à l'entretien.

Avant de commencer l'entretien (surtout s'il n'a pas lieu immédiatement après la prise de contact), on s'assure que le sujet n'a plus d'interrogations sur la situation.

### Chapitre 2 : Les entretiens

On doit se trouver face à une personne à l'aise et sans appréhension : elle a accepté de donner son point de vue et a compris l'importance que l'échange pouvait avoir.

#### 2.4 La consigne initiale

C'est la question (ouverte) de départ, celle qui va définir le thème du discours lorsque les deux protagonistes sont installés pour l'entretien. Dans les entretiens libres, c'est même la seule intervention directive. Elle sera préparée avant l'entretien avec le soin que requiert toute question d'enquête : claire, compréhensible, neutre, pertinente par rapport à l'objet d'étude et en même temps suffisamment ambiguë pour que chacun puisse inscrire son discours sans contrainte.

La consigne peut se présenter sous diverses formes qui ont chacune avantages et inconvénients. Selon le cas, on posera une question à champ large ou on abordera plus directement le sujet. Par exemple, dans le cadre d'une étude sur la lecture, on peut se placer à la périphérie du thème « J'aimerais que vous me parliez de votre vie hors travail ? » ou au centre de l'étude « Voulez-vous me parler de vos lectures ? ». Dans le premier cas, il est possible que la personne passe à côté du thème d'étude, dans le second cas, on risque de ne pas savoir si le thème est important pour elle.

On choisira entre une formulation personnalisée « Qu'est-ce qu'un psychologue pour vous ? » ou une question générale « Qu'est-ce qu'un psychologue ? ». La consigne impersonnelle risque de susciter des discours plus généraux et stéréotypés, mais en même temps elle évite des blocages dus au fait que l'enquêté pourra se sentir trop impliqué.

On a parfois besoin d'essayer différentes formulations de la consigne afin de se rendre compte de ses effets.

#### 2.5 Interventions et relances

Non-directivité de l'interviewer ne signifie pas non-intervention. Au contraire un entretien de ce type demande la participation active de l'enquêteur, mais de façon neutre, sans jouer sur le fond.

L'enquêteur n'a pas de questions ; il laisse le sujet créer lui-même le cadre dans lequel il s'exprime et développer comme il l'entend les informations, sans lui imposer un cheminement. L'attitude non-directive et compréhensive de l'interviewer se manifestera par des interventions « techniques » destinées à favoriser la libre expression de l'interviewé, à l'encourager à préciser sa pensée et à l'inviter à poursuivre. Les relances se font autour des propos du sujet : elles reprennent ou complètent des idées, soulignent, synthétisent, demande une précision.

Voici divers types d'interventions incitatives destinées à manifester l'intérêt que l'enquêteur porte à ce qui est dit :

Chapitre 2 : Les entretiens

- **Reformulation-clarification ou résumé du contenu.** C'est redire en d'autres termes (en plus explicite ou en résumé) ce qui vient d'être exprimé, sans en changer l'esprit, pour bien montrer que le propos a été assimilé. Ce type de relance intervient après un développement : « *Si je vous suis bien, vous avez dit que...* », « *vous voulez dire que...* », « *en d'autres termes...* », « *pour résumer...* ». L'enquêteur peut proposer des déductions logiques sur le contenu, compléter une idée ou même faire des anticipations incertaines « *peut-on aller jusqu'à dire que...* ». Bien faite, la reformulation est très utile ; mal faite, elle peut être gênante, car le sujet la ressent comme extérieure à lui et risque de se sentir incompris.

- **Écho ou miroir.** Cela consiste à répéter un mot, un groupe de mots ou une phrase. Par exemple, à l'énoncé « *J'ai suivi ce traitement pendant six mois et je ne vais pas mieux* » on reprendra en disant « *Vous n'allez pas mieux ?* » ou simplement « *pas mieux ?* ». Ce type d'intervention écholalique peut être stimulante à petite dose, car elle encourage à développer et marque la sympathie. Mais utilisée systématiquement, elle peut bloquer par son aspect artificiel.

- **Interprétation.** C'est reformuler en allant au-delà de la pensée du sujet, en lui proposant des pistes de lecture auxquelles il n'avait pas pensé : « *Ce que vous dites ne s'explique-t-il pas par...* », « *C'est donc que...* ». Si la personne valide l'interprétation et la reprend à son compte, cela peut être positif ; mais si cette idée lui est étrangère (notamment, si elle est formulée avec un vocabulaire spécialisé), le sujet risque d'être gêné et de se désimpliquer.

- **Reflét.** C'est expliciter une attitude, des émotions, des sentiments non dits (ou tout au moins ce qui peut en être perçu à travers intonations, silences, hésitations, mimiques...) : « *Vous craignez que...* », « *Vous semblez très insatisfait* » ou « *Vous pensez que...* », « *Vous avez l'impression que...* », « *Cela vous paraît...* ». Ce type d'intervention est parfois nécessaire pour lever des blocages et favoriser l'auto-exploration. Mais le reflét peut aussi être perçu par le sujet comme une remise en cause de ses propos. L'effet dépend de la compétence de l'enquêteur.

- **Recentrage.** C'est reprendre la question de départ ou relancer sur le dernier développement intéressant pour limiter les digressions.

- **Demandes neutres d'informations complémentaires.** Ce sont des invitations à donner des précisions pour décrire une situation ou faire spécifier les cadres de référence : « *Voulez-vous m'expliquer davantage ?* », « *Pouvez-vous donner un exemple ?* », « *Cela m'intéresse, pouvez-vous m'en dire plus à ce sujet ?* ». L'enquêteur peut aussi revenir sur des aspects du thème traité de manière trop rapide ou superficielle.

- **Demandes d'éclaircissement.** La tactique de l'incompréhension volontaire peut être payante : « *Je ne vois pas bien ce que vous voulez dire* », « *Je ne comprends pas bien* », « *Ce n'est pas clair pour moi, pouvez-vous m'expliquer ?* »

- **Marques d'écoutes.** Ce sont les expressions brèves qui manifestent la compréhension et l'intérêt, et donc invitent à poursuivre le discours (« *Je vois* »,

### Chapitre 2 : Les entretiens

« *Je comprends* », « *oui* », « *hum* »). Attitudes, mimiques (grommellements, ou hochements de têtes...), regards sont autant d'encouragement sans verbalisation.

- **Silences**. Souvent craints par les enquêteurs débutants, ils ne sont pas toujours gênants. Certains silences ont un effet bénéfique : temps d'auto-exploration pour enrichir ou formuler ses idées, retour sur soi, sur ses émotions. L'enquêteur supporte et respecte les silences « pleins ». En cas de silence prolongé, il s'efforce de ménager des transitions pour réintroduire un thème : « *Vous m'avez dit tout à l'heure... j'aimerais qu'on approfondisse...* »



Chapitre 2 : Les entretiens

Application : la dynamique de l'entretien

Parmi les fautes à éviter par un enquêteur chargé de poser des questions aux individus sélectionnés par l'échantillonnage pour une enquête, il y a principalement :

a) En ce qui concerne la phrase préliminaire :

- Ne pas s'assurer que l'on est bien en face de la personne à interroger.
- Ne pas se présenter personnellement.
- Ne pas « introduire » l'enquête.
- Interroger la personne en présence d'autres personnes.

b) En ce qui concerne les questions elles-mêmes :

- Engager une discussion avec le sujet.
- Ne pas s'en tenir strictement à l'énoncé de la question, le modifier ou faire des commentaires inutiles.
- Suggérer des réponses.
- Ne pas insister pour être sûr de l'opinion du sujet, ou même pour être sûr qu'il s'agit d'une réponse à classer dans le « sans opinion ».

Étant donné ces règles, faites la critique du fragment ci-dessous, tiré d'un dialogue entre un enquêteur (E) et un sujet interrogé (S)

Fragment :

E (à qui on vient d'ouvrir) : « Bonjour Monsieur, est-ce bien ici qu'habite Monsieur L... ? »

S : « c'est moi, que désirez-vous ? »

E : « je suis un enquêteur de l'institut national de la statistique et cet organisme effectue un sondage sur le territoire, pour déterminer la consommation de viande. Votre adresse a été tirée au hasard comme celle des 4000 personnes que nous visitons actuellement afin de leur poser quelques questions à ce sujet. Ainsi l'on pourra collationner des informations qui serviront aux services du ravitaillement pour connaître les besoins et les habitudes de la population ».

S : « en sommes, vous voulez savoir quel genre de viande nous mangeons ? »

E : « oui, j'ai un certain nombre de questions à poser à ce sujet à la personne qui s'occupe des achats ».

S : « dans ce cas, il faut demander à ma femme. Entrez donc... Julie ! C'est un monsieur qui vient te demander quelle viande tu achètes... »

Mme S (arrivant et s'adressant à E) : « qu'est-ce que c'est ? ».

E : « votre mari va vous expliquer... »

Fautes commises :

- 1 - .....
- 2 - .....
- 3 - .....

#### 2.6 Terminer l'entretien

Lorsque les propos deviennent redondants, l'entrevue est terminée. Il est temps de présenter un résumé de l'entretien (ce qui a parfois l'intérêt de faire repartir le discours sur des points oubliés). On demande enfin au sujet s'il ne voit rien d'important à ajouter avant d'arrêter le magnétophone. Il arrive que cet arrêt ait une fonction libératoire et donne un nouveau souffle à l'entretien. Dans ce cas, il faut essayer de se souvenir du maximum d'informations.

C'est enfin le moment de poser des questions particulières (dont la liste est prévue à l'avance), notamment en ce qui concerne l'identification du sujet. Il est intéressant de discuter avec la personne enquêtée de son vécu de l'entretien (ses impressions, ses difficultés). Et ne pas oublier de remercier.

#### 2.7 Prise de notes et magnétophone

Doit-on enregistrer l'entretien ? C'est le seul moyen d'avoir à la fois l'intégralité du texte, les contours du discours (ton, atmosphère) et également la possibilité d'apprécier la part de suggestion du meneur de jeu. L'enregistrement restitue fidèlement le déroulement et le langage de l'entrevue. Il est l'outil obligé de l'entretien, la mémoire de l'enquêteur qui ne peut pas assurer en même temps écoute attentive et positive, relances et prise de notes. Parallèlement à l'enregistrement, il est conseillé de noter quelques mots pour mémoriser les thèmes abordés sur lesquels il pourra être utile de revenir.

Le magnétophone est aujourd'hui un appareil banal. Si l'enquêteur est à l'aise avec lui, il saura le présenter naturellement et comme allant de soi. Dire que l'enquêté ne se confie pas de la même façon en présence du magnétophone qu'en son absence est peut-être vrai. Il y aura des modifications induites par l'enregistrement (prudence des propos, phrases bien faites...), mais il s'oublie vite. Et rendre compte d'un entretien uniquement à travers une prise de notes ou une notation introduite a posteriori d'autres biais encore plus graves : perception sélective de l'information, omissions, inexactitudes, perte du détail du vocabulaire ou des formulations.

Néanmoins, il est des cas où l'on se trouve face à un refus net de la part du sujet (par exemple par crainte de la hiérarchie dans une entreprise).

Parfois aussi, en cours d'entretien, l'enquêté demande à ce qu'on interrompe l'enregistrement pour un temps de révélation plus intime. En ce cas on se plie à sa demande.



#### 2.8 Retranscrire l'entretien

Pour être soumis à une analyse systématique, l'entretien sera retranscrit intégralement, avec ses hésitations et ses défauts de langage (répétitions, fautes de syntaxe, etc.), sans oublier les silences et leur durée, les rires et les interruptions. On pourra ainsi s'intéresser non seulement au contenu thématique de l'entretien, mais également au vocabulaire employé et à la syntaxe du discours, pointer les blocages, etc.

On considère généralement que l'analyse rigoureuse des entretiens de recherche n'est possible que si le contenu de leur enregistrement fait l'objet d'une transcription écrite que l'on peut définir comme **l'opération par laquelle le contenu verbal recueilli oralement passe de l'enregistrement sonore à un support écrit.**

Pourquoi ne pas s'en tenir à la forme orale de l'entretien ? La réponse à cette question met en cause la différence de nature substantielle entre le déroulement d'une parole dans le temps et son inscription objective dans un espace à deux dimensions. Le fil du discours se tisse en un texte, surface matérielle sur laquelle le travail de réflexion et d'analyse peut se faire.

Passer du langage parlé au langage écrit ne va pas de soi. Ce n'est pas un simple travail d'exécution technique mais une opération complexe, comparable à celle d'un traducteur plutôt que d'un copiste, et qui relève de la responsabilité du chercheur. Comme tout travail de traduction, la transcription des entretiens de recherche peut « coller » plus ou moins au discours original, depuis la *transcription intégrale* jusqu'aux divers degrés de la *transcription élaborée*.

#### **A. La transcription intégrale**

La transcription intégrale reprend la totalité des informations verbales, paraverbales et non verbales émanant de l'enquêté et de l'enquêteur. Elle consigne les éventuelles interruptions intervenues en cours d'entretien.

##### **- *Le discours verbal***

La totalité des énoncés sont repris mot à mot, dans l'ordre de leur énonciation. Sont respectées les répétitions, les incorrections et toutes les marques souvent relâchées du langage oral. Ce parti pris de fidélité tolère cependant une part de régulation de la chaîne parlée par le respect de certaines règles de la ponctuation, indispensables à la lisibilité minimale du texte (virgules, point final, points de suspension). L'important est que le transcripteur ou l'équipe de transcripteurs fixent de manière conventionnelle les règles de report du registre verbal au registre écrit et les respectent pour la totalité d'une série d'entretiens.

##### **- *Les informations paraverbales et non verbales***

Les traits non linguistiques d'accompagnement du dire figurent dans la transcription intégrale.

Dans la catégorie des *traits paraverbaux* du discours figurent les inflexions de la voix, les accentuations et les chuchotements, ainsi que le débit de la parole, les hésitations, pauses, silences.

### Chapitre 2 : Les entretiens

Les *éléments non verbaux* qui accompagnent et ponctuent le discours sont également notés : sourires, rires, moues, clins d'œil, haussement des épaules, etc. Ces gestes et mimiques diverses participent à l'expression subjective de sentiments, opinions, jugements que la personne garde, consciemment ou non, hors du champ de la parole. Ces expressions non verbales sont parfois de véritables marqueurs d'un groupe social particulier : par exemple, de la part de quelques membres du corps de l'Inspection de l'Éducation nationale, la pratique du coup de poing sur la table à l'appui d'une démonstration sur un sujet sensible ...

#### **- Les usages de la transcription intégrale**

Indispensable dans une recherche relevant de la phonologie, de la dialectologie, de la psycholinguistique, la transcription intégrale n'est pas nécessairement utile dans une enquête de type sociologique : Tout au plus constitue-t-elle une première étape avant l'établissement d'un texte lisible et analysable. Dans la pratique, cette toute première étape peut être sautée à la condition que soit conservé l'enregistrement original qui sera écouté ou visionné de nouveau en cas de doute sur un accent, une intonation, ou un lapsus.

Ajoutons que dans le cas où l'entretien retranscrit est communiqué à la personne enquêtée elle-même, il est préférable que celle-ci ait fait l'objet d'un minimum d'élaboration pour être non seulement lisible mais « acceptable » par celle-ci quant à l'image qu'elle se fait d'elle-même.

#### **B. La transcription élaborée**

Il y a plusieurs degrés d'élaboration de la transcription d'un entretien depuis le simple toilettage jusqu'à une véritable réécriture, en particulier en cas de publication de larges extraits. Notons que ce travail qui revient formellement à une suite de corrections en cascade est considérablement facilité par l'usage croissant des outils informatiques de traitement de texte.

#### **- La justification du travail d'élaboration de l'entretien**

Le passage de la forme intégrale à une forme plus ou moins élaborée de transcription des entretiens est liée aux nécessités de leur analyse. Disons pour faire image que ce travail de présentation textuelle est comparable à la pratique du chimiste qui opère une préparation sur lamelle pour le microscope, ou du géologue qui, pour l'observer, dégage la roche de son magma.

Cette opération relève de la responsabilité du chercheur et suppose des choix délicats entre les exigences antagoniques de respect de l'authenticité du dire d'une part et de la lisibilité du texte écrit d'autre part. Elle doit être expliquée dans le compte-rendu de recherche.

#### **- Le travail d'élaboration du discours**

Dans une première phase, le texte peut être simplement *toilette* et débarrassé des parasites de la parole (bégaiements, répétitions, interjections, euh, ben, beurk ...) considérés comme des scories sans intérêt par rapport à l'objet de la recherche. Le reste du discours est respecté dans la dynamique de son énonciation. Le

### Chapitre 2 : Les entretiens

vocabulaire, les tournures de phrases, les enchaînements des propos de l'enquêteur et de l'enquêté sont scrupuleusement reproduits.

Dans une seconde phase, les retouches formelles visent à rétablir le discours oral dans une forme de langage grammaticalement compatible avec les usages de l'écrit : mise en concordance des temps du verbe dans un récit, rétablissement de l'adverbe « ne » fréquemment omis dans les phrases négatives, etc.

Le texte présenté ci-dessous est extrait d'un entretien mené en 1983 avec une institutrice de la région parisienne. Il donne un exemple du passage d'une phase à l'autre de la transcription : sont soulignés les éléments du texte intégral qui seront l'objet de corrections.

#### Entretien avec Janine, institutrice en région parisienne (extrait)

##### Phase 1 : transcription intégrale

(Sont soulignées les parties de la transcription intégrale qui feront l'objet de correction dans la transcription élaborée en phase 2)

Josée : « Alors. euh. la première question que je vais te poser, c'est comment tu es devenue enseignante ? »

Janine : « Enseignante primaire j'avais pas ... j'avais pas vraiment euh... voulu l'être. Je voulais continuer en espagnol et puis étant donné que je n'avais pas de poste de ... euh ... de pion enfin. .. (sourir) de surveillante euh ... (sourire) je suis ... je suis partie en région parisienne et là j'ai fait des remplacements tout en bénéficiant quand même d'un stage... d'un stage chez une maîtresse de CP qui n'avait jamais fait de ... non. c'est pas un CP. c'était en maternelle, elle avait jamais fait de maternelle, donc j'ai fait un stage chez une maîtresse qui n'était pas formée à la maternelle, qui débutait finalement comme ... comme moi (silence) et puis ensuite bon, ben, j'ai suivi la filière remplacements, remplacements (rires/ ... euh. et puis CAP et pendant les remplacements, j'ai eu droit quand même à trois mois d'école normale à Saint-Germain-en-Laye ... »

##### Phase 2 : transcription élaborée

Josée : « La première question que je vais te poser est : comment es-tu devenue enseignante ? »

Janine : " Enseignante primaire, je n'avais pas vraiment voulu l'être. Je voulais continuer en espagnol et puis étant donné que je n'avais pas de poste de pion, enfin de surveillante, je suis partie en région parisienne. Là, j'ai fait des remplacements tout en bénéficiant quand même d'un stage chez une maîtresse de maternelle qui n'avait jamais fait de maternelle, qui n'était pas formée à la maternelle, qui débutait finalement, comme moi.

Ensuite, j'ai suivi la filière remplacements, puis CAP. Et pendant les remplacements, j'ai eu droit quand même à trois mois d'école normale à Saint-Germain-en-Laye ... »

### Chapitre 2 : Les entretiens

Le texte intégral est transcrit à l'écoute de l'enregistrement magnétique. Le transcripteur reproduit le mot à mot du discours ainsi que les informations paraverbales et non verbales (soupir, rires, silence etc). Il organise une première structuration de la chaîne parlée par la ponctuation : point de suspension marquant un temps d'arrêt, point final limitant les phrases, parenthèses ouvertes pour les informations non verbales.

La transcription élaborée procède par correction successive dans la perspective de production d'un texte à la fois lisible et fidèle au discours de Janine. Trois opérations sont menées sur les éléments de l'entretien dans sa forme intégrale.

1. un *élagage du texte* par élimination des répétitions inutiles et même nuisibles à la compréhension du propos de Janine.

2. une *correction grammaticale* des énoncés justifiée par le passage de l'oral à l'écrit.

3. une *articulation du discours* en phrases et paragraphes.

#### - *La structuration globale de l'entretien*

Le double travail de toilettage et de correction grammaticale des énoncés de l'entretien est souvent insuffisant à le rendre lisible et utile. Il reste à démêler les nœuds d'une argumentation embrouillée, renouer le fil d'un récit, remettre à leur place les pièces d'un puzzle présenté pêle-mêle. Disons de façon moins imagée que ce dernier traitement consiste en une mise en ordre de l'entretien.

- La mise en ordre *chronologique* se justifie dans le cas des récits de vie. En effet, ceux-ci sont rarement relatés dans l'ordre exact de succession des événements. Il est fréquent que les narrateurs fassent un premier récit schématique de leur histoire personnelle dont ils reprennent tel ou tel point à la demande de l'enquêteur. Le montage de la biographie vise à « relinéariser »

- remettre dans l'ordre d'un récit suivi - un propos dispersé dans le but de faciliter sa lecture et éventuellement sa comparaison avec d'autres récits croisés ou parallèles.

- La mise en ordre *thématique* ou *logique* répond aux mêmes besoins de lisibilité et de comparabilité des entretiens. Les retours en arrière et coq-à-l'âne, les ajouts à propos d'un sujet déjà abordé sont déplacés et remis dans leur contexte sémantique.

Dans les cas où l'entretien fait l'objet d'une publication destinée au grand public, les interventions de l'enquêteur sont réduites en nombre et en longueur. Celles qui n'ont d'autre intérêt que de soutenir le propos du locuteur sont purement et simplement supprimées.

### 3. Entretien semi-directif ou entretien guidé

Une recherche peut être conduite uniquement à partir d'entretiens exploratoires non-directifs (pour prendre connaissance d'un terrain). Mais généralement, après quelques entretiens de ce type, on passera à une technique un peu plus directive, comme celle de l'entretien semi-directif ou guidé. Dans ce type d'entrevue,

### Chapitre 2 : Les entretiens

l'enquêteur s'est fixé des zones d'exploration et veut obtenir que le sujet traite et approfondisse un certain nombre de thèmes.

Ce type d'entretien est approprié lorsque l'on souhaite approfondir un domaine spécifique et circonscrit, explorer des hypothèses sans qu'elles soient toutes définitives, et inviter l'enquêté à s'exprimer librement dans un cadre défini par l'enquêteur. La part de directivité de l'enquêteur est moins forte que dans l'entretien directif, mais elle est plus présente que dans l'entretien libre. Ce type d'entretien dure en moyenne entre 30 minutes et deux heures. Pour exemple, Carnel (2001) réalisa 14 entretiens semi-directifs d'une durée oscillant entre 38 minutes et 4 h 24, pour une durée moyenne de 1 h 34 par entretien.

#### 3.1 Concilier deux orientations

L'entretien semi-directif combine attitude non-directive pour favoriser l'exploration de la pensée dans un climat de confiance et projet directif pour obtenir des informations sur des points définis à l'avance. La nécessité d'assurer à la fois la réexpression compréhensive au niveau de chaque séquence et la souplesse des transitions pour introduire les thèmes demande un entraînement solide et une bonne connaissance du guide d'entretien.

Contrairement à ce que l'on peut penser (la sécurité par la liste des thèmes), il est souhaitable de bien savoir conduire un entretien non-directif, pour conduire une interview guidée de qualité. Sinon l'enquêteur risque de transformer le guide en une série de questions à réponses ouvertes (ce qui est un autre type d'approche, plus directive).

#### 3.2 Le guide d'entretien

Pour mener un entretien, un outil vous sera indispensable : le guide d'entretien. Souvent présenté comme un « pense-bête » (Berthier, 2016 :78 ; Combessie, 2007 :24), il compte des éléments correspondant aux questions que vous vous posez à un moment donné de votre enquête (Bertaux, 2005). Le guide d'entretien peut ainsi subir diverses évolutions et changements au cours de l'enquête comme l'explique Jean-Claude Combessie (2007 :24) :

*« Le guide évolue : à partir des premiers entretiens exploratoires, le chercheur intègre de nouveaux aspects et élabore un guide plus précis, plus détaillé. Il devra, à un moment, le tenir pour définitif : un sentiment de redondance peut décider de ce moment quand les derniers entretiens confirment la pertinence du guide sans suggérer d'orientations ou de questions nouvelles. L'objectif est alors d'obtenir des entretiens de contenu homogènes où tous les points prévus seront abordés ».*

Le guide comporte une consigne initiale, comme dans l'entretien non directif. Il peut revêtir une forme plus ou moins détaillée de la liste de trois ou quatre grands thèmes jusqu'à une série d'informations spécifiées sur deux ou trois pages. On s'attachera à donner à ce document une présentation qui le rende facile à utiliser, avec des mots clés très apparents.

## Chapitre 2 : Les entretiens

On peut coupler les thèmes avec des modèles de questions neutres comme dans l'exemple suivant (surtout si l'enquête doit être réalisée par un grand nombre d'enquêteurs).

En fonction des besoins, un guide d'entretien peut être composé de divers éléments :



## Chapitre 2 : Les entretiens

### Exemple de guide d'entretien sur la pollution

Thèmes du guide d'entretien	Relances verbales prévues
1. Typologie de la pollution (pensée descriptive et taxonomique).	1. Qu'évoque pour vous le mot « pollution » ?
2. Aspects généraux : a. Naissance du problème. b. Sources locales des faits de pollution, phénomène local ou général ? c. Degré d'importance.	2. a. Les phénomènes évoqués vous paraissent-ils nouveaux ? b. Où rencontrez-vous ce genre de phénomènes ? c. Pensez-vous que ces phénomènes aient une grande importance ?
3. Causalité : liaison au progrès, à la science, etc. (pensée explicative).	3. Quelles sont les raisons qui expliquent ces phénomènes ?
4. Remèdes (pensée pratique).	4. Pensez-vous qu'il faut faire quelque chose ?
5. Canaux d'information.	5. Comment en avez-vous entendu parler ?
6. Image du futur.	6. Comment pensez-vous que cela va évoluer ?
7. Environnement idéal.	7. Pourriez-vous décrire l'endroit où vous aimeriez habiter ?

(Source : Jodelet F, et alii, « La représentation sociale de la pollution de l'environnement », Bulletin de Psychologie, XXVIII, 316, 1974-1975).

#### Exemple : Étudier l'usage des e-mails en entreprise

Prenons l'exemple d'une recherche portant sur l'utilisation des e-mails (Sauvayre, 2012b). Imaginons que vous vous dites que l'usage des e-mails nuit à la concentration du salarié. Il s'agit d'une hypothèse qu'il vous reste à mettre à l'épreuve. Les indicateurs sont à rechercher dans tous les facteurs nuisant à la concentration comme les interruptions générées par l'arrivée d'un e-mail dans la boîte de réception de l'utilisateur. Mais ce lien entre l'arrivée d'un e-mail et l'interruption n'est existant que si l'enquêté dispose d'un signal sonore ou visuel qui l'en informe. Par conséquent, le guide comptera :

- une question sur la fréquence d'utilisation des e-mails comme moyen de communication ;
- une question sur le type de boîte e-mail dont l'enquêté dispose et sur la manière avec laquelle il est averti de l'arrivée d'un nouvel e-mail ;
- des questions plus concrètes invitant l'enquêté à donner des exemples de ce qu'il faisait au moment de l'interruption par l'e-mail, de l'impact qu'elle a eu sur lui et sur l'activité qu'il réalisait, etc.

### Chapitre 2 : Les entretiens

#### 3.3 Comment introduire les thèmes du guide ?

La conduite d'un entretien guidé est peu différente de celle d'un entretien non-directif (phase de présentation, consigne inaugurale, approfondissement). Le répondant explore avec l'aide de l'enquêteur la question de départ. L'enquêteur induit de façon privilégiée l'auto-exploration au niveau des thèmes du guide évoqués spontanément par le sujet (réexpressions, relances...). Si la question de départ est bien formulée, la plupart des thèmes du guide sont abordés naturellement par l'enquêté. Lorsqu'un thème doit être induit, il est proposé avec souplesse, en le reliant au discours antérieur.

Le guide n'est pas un cadre rigide. L'ordre des thèmes prévu est le plus logique possible, mais il n'est pas imposé : chaque entretien a sa dynamique propre. Le seul point important est que tous les enquêtés aient abordé tous les thèmes du guide avant de terminer l'entretien ce qui permettra de réaliser une analyse comparative des différents entretiens.



Chapitre 2 : Les entretiens

**Application :** dans le cadre d'une étude destinée à étudier la représentation de la santé et de la maladie, un chercheur a procédé à quelques entretiens exploratoires suivis d'une série de 80 entretiens semi-directifs.

**1. Pourquoi cette démarche ?**

.....  
.....  
.....

**2. Vous devez établir une liste d'une dizaine de thèmes à aborder dans le cadre de cette étude qui constitueront le guide d'entretien.**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**3. Trouvez une consigne initiale pour lancer l'entretien.**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

#### 4. L'entretien de groupe

La technique de l'entretien non-directif s'applique aussi à un groupe de personnes réunies pour participer à un entretien collectif sur un sujet précis. La conduite en est plus délicate que dans l'entretien individuel : en plus de l'attitude non-directive et des thèmes du guide, l'animateur a le souci d'assurer la prise de parole et l'intervention de chaque participant. Il lui faudra en outre tenir le rôle de régulateur de la dynamique du groupe.

Un petit nombre de personnes (6 à 10) sont rassemblées pour une discussion ouverte parce qu'elles ont une expérience commune (chômeurs, habitants d'une même commune, étudiants d'une même cité universitaire, groupe familial...). Une certaine homogénéité entre les participants est requise pour que la discussion soit possible. Le discours produit est une parole collective qui n'aura pas la même teneur qu'un discours individuel (en raison de l'émulation, de la confrontation et des prises de position de chacun).

Très utilisé dans les études qualitatives (notamment en marketing), l'entretien de groupe est aussi utile dans la phase préparatoire d'une étude quantitative en complément d'entretiens individuels. Il a encore d'autres indications. Par exemple, il peut compléter les tests des questionnaires : des sujets ayant répondu au même questionnaire sont rassemblés pour discuter de cette expérience, expliquer comment ils ont compris les questions et ce qu'ils en pensent. L'entretien de groupe peut également intervenir pour éclairer l'analyse d'une enquête par questionnaire : les participants sont invités à discuter des résultats et à donner leur sentiment vis-à-vis des réponses obtenues.

Comment réussir un entretien de groupe?



#### 5. D'autres formes d'entretiens

Selon les besoins on peut recourir à d'autres formes d'entretien, d'inspiration non-directive ou semi-directive. Sans être exhaustif, nous pouvons citer :

- L'approche biographique, avec des récits de vie qui combinent la référence à différentes séquences temporelles de la vie de l'individu et le développement de thèmes en rapport avec l'objet d'étude (comme l'expérience professionnelle).
- La réécoute de la totalité ou de parties d'un premier entretien réalisé avec un sujet pour approfondir certains points, ou compléter les informations.
- L'entretien centré (Focused interview de Merton) pour analyser les réactions d'un sujet dans une situation particulière. Il est organisé autour d'un canevas prévu dans un guide d'entretien.
- L'entretien film-action où le sujet est invité à reconstituer par le menu un moment de sa vie quotidienne.

#### 6. Analyser l'entretien

Le chercheur en sciences sociales dispose de plusieurs méthodes d'analyse des entretiens qu'il a rassemblés et transcrits, sans qu'aucune ne s'impose a priori. Son choix se fera en fonction de la nature des discours de ses interlocuteurs, des objectifs de sa recherche et des moyens matériels ou humains dont il dispose.

Remarquons d'emblée que leur nombre et leur diversité ne doivent pas faire illusion. La grande majorité des recherches en sciences sociales dédaignent les moyens sophistiqués et complexes pour se rabattre sur quelques manières de faire simples, empruntées aux formes classiques ou renouvelées de l'analyse littéraire et historique des textes.

À la limite, l'analyste s'appuie sur des extraits plus ou moins longs d'un entretien ou de plusieurs entretiens croisés. Cette façon de procéder par citations, choisies pour leur caractère illustratif ou explicatif, ne doit pas être rejetée a priori. Elle se justifie parfaitement toutes les fois que l'intérêt du chercheur porte sur l'information plutôt que sur l'informateur, sur le contenu référentiel du message plutôt que sur sa forme.

Dans ces conditions, le crédit attribué aux citations est lié à la confiance que l'on peut accorder au chercheur lui-même ou au collectif de recherche, à leur rigueur intellectuelle et technique explicitement attestée en amont, dans les différentes étapes de production, de transcription et de lecture des entretiens.

Cependant, le souci d'objectiver et de systématiser le traitement des données discursives obtenues par entretien de recherche incite les chercheurs en sciences sociales à forger des outils d'analyse plus élaborés. Les principes généraux de l'analyse dite « de contenu », traduction de l'expression américaine *content analysis*. Nous nous limitons ici à la présentation de quelques méthodes appropriées au traitement de ce type spécifique de discours provoqués et construits en situation d'entretien.

#### L'ANALYSE THÉMATIQUE

La méthode d'analyse thématique s'applique au contenu explicite des entretiens considérés comme un suite d'énoncés stables susceptibles d'être découpés, mesurés et comparés. Elle s'applique à retrouver ce qui est dit à propos d'une question donnée, à passer de l'ensemble des signes constituant un discours à l'ensemble des significations qui le sous-tendent.

Pour ce faire, elle isole dans chaque entretien et compare transversalement les signifiés qui, d'un entretien à l'autre, se réfèrent au même *thème*, catégorie sémantique qualifiant un développement discursif à propos d'un sujet et d'un seul. Par exemple, dans une enquête biographique auprès des enseignants, le thème de la « formation sur le tas » dont on note qu'il est présent non seulement dans les récits de vie des maîtres effectivement embauchés sans aucune préparation *ad hoc* mais aussi auprès de ceux qui ont reçu une formation par exemple dans les écoles normales d'instituteurs ou les stages d'agrégation.

### Chapitre 2 : Les entretiens

#### **A. Procédure présentée à partir d'un exemple : la relation personnelle aux objets de la vie quotidienne**

Dans son ouvrage sur l'analyse de contenu, Laurence Bardin présente l'exemple d'une analyse de trente entretiens d'enquête menée auprès d'un échantillon diversifié de la population française et portant sur la relation aux objets quotidiens.

La consigne de départ invite les personnes à parler de ceux des objets de leur logement qu'ils préfèrent et de ceux qu'ils aiment le moins.

Une des hypothèses de base de la recherche concerne la liaison entre le *type de fabrication* des objets marquée par la séparation entre production et consommation et *l'altitude* de l'utilisateur, dont on suppose qu'il est vécu sur le mode de l'étrangeté et du conflit et qu'il est différemment résolu selon les catégories de personnes.

L'analyse présente la triple caractéristique d'être thématique, transversale et quantitative.

- ***L'analyse est thématique*** en ce qu'elle prend en compte ce qui est dit et signifié sur le point privilégié de la recherche : l'objet quotidien.

Celui-ci est observé sous quatre grandes rubriques de classement appelées ici « dimensions » et constituant, au niveau global, les catégories thématiques d'analyse : a) origine de l'objet, b) implication vis-à-vis de l'objet, c) description de l'objet, d) sentiment à l'égard de l'objet. Chaque dimension est spécifiée en un certain nombre de sous-catégories. Catégories globales et sous catégories présentent les mêmes caractères. Elles sont exhaustives, exclusives les unes par rapport aux autres et pertinentes par rapport aux hypothèses.

Ainsi, la dimension a) origine de l'objet se spécifie en 12 sous-catégories telles que (1) objet acheté neuf par la personne interrogée, (2) objet acheté neuf par les parents ou le conjoint. .. (3) fabriqué ... , hérité ... , reçu ... , trouvé ... , loué ... , volé ... , etc.

- ***L'analyse est transversale*** en ce qu'elle découpe et retient ce qui d'un entretien à l'autre, dans l'ensemble du corpus, se réfère au même thème.

- ***L'analyse est quantitative*** en ce qu'elle opère le décompte fréquentiel du contenu calculé à parti de l'unité d'enregistrement choisie : tout objet quotidien cité et se trouvant dans le logement.

#### **B. Discussion sur la méthode**

Appliquée aux entretiens non ou peu directifs, l'analyse thématique de contenu est l'objet de nombreuses critiques qui concernent tel ou tel détail de la procédure ou plus fondamentalement sa validité épistémologique.

- ***La notion de thème*** ne fait pas l'objet d'une définition claire et commune à tous les analystes qui s'en réclament, contrairement au mot, au syntagme, ou à la proposition.

### Chapitre 2 : Les entretiens

Dans une approche de linguistique pragmatique, le thème est une catégorie *sémantique* définie comme un **noyau de sens** ou encore un **ensemble signifiant complexe**, organisé à un certain niveau de globalité et d'abstraction ; par exemple le thème de la mort ou le thème de la nature qui revient au sein d'un même texte ou dans un corpus de textes.

En psychologie, le thème a pu être défini comme une **unité perceptive dans lequel un problème est vécu et perçu**. Dans ce cas, « l'analyste doit se mettre à la place du locuteur pour déterminer si tel thème est présent ou non dans le discours ».

Une troisième conception met en évidence le caractère homogène et unitaire de la notion en la définissant comme **un fragment de contenu verbal plus ou moins long développant une idée et une seule**. Celle-ci est opératoire dans la mesure où le repérage et le bornage de l'idée en cause sont menés de façon cohérente et fidèle par le chercheur ou le groupe de chercheurs.

D'une façon générale, et quelle que soit la définition que l'on retient, l'inventaire et la hiérarchisation des thèmes pertinents conduit à établir une grille d'analyse sous forme d'un code dont l'emploi risque de laisser « une part relativement importante à la subjectivité du codeur ».

- *L'usage de l'analyse quantitative* et la production de résultats chiffrés, comparables en bout de course à ceux d'une enquête par questionnaires structurés, ne semblent pas être foncièrement cohérents avec la méthodologie choisie au départ pour la collecte de l'information.

Certes, tout traitement de condensation et de réduction des données se fait au prix d'une certaine perte d'information. Mais ici, les craintes concernent les risques d'un changement de nature des données verbales, du fait de leur manipulation et de leurs transformations indues en amont du traitement. De façon imagée, disons que l'analyste se trouve dans la position du dégustateur qui se servirait d'une pince à sucre pour goûter un vin de Bordeaux. La substance fluide et colorée de la parole orale n'est pas correctement saisie par un instrument destiné à saisir et découper un discours de nature plus construite.

De même, la fréquence d'apparition d'un thème ou d'un sous-thème dans un discours n'est pas nécessairement un bon indicateur de son importance. Au contraire, une allusion fugitive liée à un thème mineur, une séquence anecdotique isolée dans un discours à dominante argumentative peut apporter plus d'informations que les propos récurrents facilement quantifiables mais peu significatifs. Or, l'analyse thématique stricte ne prend pas en charge ces éléments erratiques repérés dans l'analyse singulière de chaque entretien pris un à un.

Enfin, la faiblesse numérique des collections d'entretiens quand elles sont limitées à une vingtaine ou une trentaine interdit toute extrapolation des résultats chiffrés qui ne sont pas statistiquement représentatifs.

### Chapitre 2 : Les entretiens

#### LES ANALYSES STRUCTURALES

Les analyses structurales privilégient la recherche des relations entre les éléments de l'entretien pour en dégager les aspects sous-jacents et l'ordre caché.

##### **A. Principes de référence**

**- *L'intérêt porté au repérage des relations entre les éléments plutôt qu'à leur comptage.***

Dans la lignée des travaux de linguistique, d'anthropologie et de sémiotique structurales, l'intérêt des analystes porte sur la *différence* et les relations d'opposition entre éléments du discours ou du récit non pas sur leur *fréquence* d'apparition dans un contexte donné. Le traitement du matériel verbal n'est donc pas opéré en surface par découpage et comptage des énoncés du message détaché de leur contexte discursif mais prend en compte la totalité de l'entretien. L'objectif de cette saisie du discours à la fois globale et détaillée est d'en dégager un système de relations cohérentes. Les résultats de l'analyse ne se présentent pas sous une forme quantifiée mais formalisée ou modélisée.

**- *Une analyse exhaustive et plurielle***

L'analyse est *exhaustive* à deux points de vue. D'un point de vue matériel, elle porte sur la totalité des données collectées et transcrites littéralement dans le registre verbal et non verbal. D'un point de vue substantiel, elle prend en compte tous les éléments du contenu des entretiens sans décider à priori de leur importance relative. L'idée est que l'ensemble est porteur de sens, même dans les détails et les points apparemment incongrus ou futiles qui seront eux aussi analysés en référence à leur contexte.

Elle est *plurielle* en ce qu'elle admet, pour un élément de contenu donné, une pluralité de sens. Il ne s'agit pas de soumettre le matériel à des classements catégoriels à partir d'une grille de lecture unique et stable mais d'admettre qu'un même élément de contenu peut prendre des sens différents.

Dans l'exemple suivant, les chercheurs veulent faire apparaître au même titre que les signifiés manifestes des discours individuels les signifiés latents de l'inconscient culturel qui structurent les modèles politiques recherchés.

##### **B. La recherche de modèles culturels dans une enquête sur les comportements politiques**

L'étude exploratoire d'une enquête sur les comportements politiques est menée par entretiens non directifs auprès d'un échantillon diversifié de 77 Français avec une question de départ ainsi formulée : « Que pensez-vous de la politique, des problèmes politiques, des partis politiques et parmi eux du parti communiste ? ».

**- *Le corpus d'entretiens***

Après lecture attentive de l'ensemble des entretiens, l'analyse approfondie est limitée aux seuls entretiens, une douzaine, où les personnes enquêtées abordent spontanément des thèmes religieux. Ces 12 entretiens constituent un corpus

### Chapitre 2 : Les entretiens

cohérent retenu pour son caractère significatif par rapport aux hypothèses de la recherche touchant les rapports supposés entre comportement électoral et pratique religieuse. Les enquêtés concernés, dispersés sur l'ensemble du territoire, se répartissent en deux groupes contrastés : celui des « catholiques déclarés » (5 femmes et 3 hommes, actifs ou retraités des métiers de l'agriculture, de l'artisanat ou de l'enseignement) et celui des « irréligieux déclarés » (2 hommes et 2 femmes, ouvriers ou anciens ouvriers).

D'emblée les chercheurs dissipent une équivoque possible. L'ensemble du corpus n'est pas envisagé comme un seul texte mais pris en compte entretien par entretien. Malgré les apparences, ce choix n'implique en rien un intérêt de type psychologique. Chaque discours n'est pas considéré comme le témoignage d'une expérience de la personne en tant que telle mais comme une variante attestée d'une structure complexe.

#### **- Une lecture verticale et flottante**

Chaque entretien est, isolément, l'objet d'une lecture suivie où tout est susceptible de faire sens. Sont pris en compte non seulement les énoncés dans leur valeur explicite et leur agencement logique mais tous les éléments même inattendus, incongrus ou apparemment insensés : répétitions, lapsus, contradictions. Ces fragments de discours sont repérés en marge des documents transcrits ou consignés sur des fiches ad hoc et mis en attente d'un traitement ultérieur.

Étape d'imprégnation et de familiarisation avec les discours enregistrés, cette première phase de lecture implique une attitude du socio logue comparable à celle du psychanalyste quant à son caractère flottant : à l'instar de ce dernier portant silencieusement une *attention flottante* au propos de l'analysant sur le divan tout en laissant libre cours à ses propres associations mentales, le sociologue procède à la *lecture flottante* de l'entretien dont il tente de dégager les significations sociales. Ce mode de lecture se caractérise par une provisoire mise entre parenthèses des savoirs reçus et des hypothèses construites dans une stratégie de retardement de toutes formes de catégorisations et de classement du contenu.

#### **- L'analyse dans le détail : la prise en compte des énoncés obscurs**

Certains passages d'entretiens résistent à l'analyse. En cours de propos, une des deux ouvrières du groupe des « irréligieux déclarés », déclare que « pour être bien accueilli chez les Russes, il suffit d'être soviétique ». Que comprendre de cette assertion ?

En s'appuyant sur la quasi -synonymie des deux mots *Russe* et *soviétique* (nous sommes dans les années 60), celle-ci pourrait s'analyser comme un simple exemple de tautologie ou de redondance du discours qui n'apporte pas d'information originale. Il s'agirait, tout au plus, d'un propos ironique, conforme aux classiques stéréotypes d'hostilité au communisme, sur les ressortissants d'URSS qui ne s'accueilleraient qu'entre eux. Pourtant cette interprétation n'est pas retenue par les chercheurs. D'abord, du fait de la personnalité de l'enquêtée, proche du Parti communiste, chez qui ce genre d'ironie semble peu probable. Mais

### Chapitre 2 : Les entretiens

surtout, en tenant compte du contexte spécifique de l'énoncé, récit anecdotique de la façon dont des délégués syndicaux de la CGT ont été reçus et bien accueillis en Union soviétique.

Dans une seconde interprétation, on peut alors imaginer que l'ouvrière enquêtée a commis un lapsus. Elle s'est trompé d'adjectif en utilisant le mot « Soviétique » à la place du mot « communiste ». L'ouvrière enquêtée a voulu dire que les Russes étaient accueillants aux étrangers à une condition : qu'ils partagent leur idéologie et soient communistes. Dans cette hypothèse, le sens du propos n'est ni tautologique ni ironique et trouve une cohérence acceptable. Il reste toutefois à comprendre comment la langue de l'enquêtée a fourché, c'est-à-dire à trouver le sens du lapsus lui-même.

#### **- La lecture horizontales et la construction d'un modèle**

L'ensemble du corpus est soumis à une autre forme de lecture de type horizontale qui permet la confrontation transversale des faits et des points de vue. Cette mise en perspective des entretiens fait apparaître les contrastes et les divergences autour d'éléments invariants qui donnent la figuration schématique du ou des modèles sous-jacents à construire.

**Un modèle est une représentation théorique, formelle et simplifiée d'une réalité complexe.** Ici, la « représentation » s'élabore par tâtonnements et ajustements successifs, sans grille *a priori* ni catégories figées. Dans le travail de va-et-vient entre lecture des entretiens et écriture du modèle, l'équipe de recherche est prête à en modifier tel ou tel élément de la construction qui pose problème.

#### **- Deux visions de la politique**

Le résultat de cette construction est la mise en forme de « deux structurations différentes du champ politique et plus généralement de deux visions du monde caractéristiques des deux groupes d'individus considérés comme typiques ».

Chez les catholiques déclarés, la représentation du politique au sens élevé du terme se fonde sur le terrain des valeurs : valeurs spirituelles de la transcendance religieuse et valeurs de la personne, à la fois conscience libre sous le regard de Dieu et membre indissociable d'une communauté privilégiée, la famille. Il en découle une attitude très négative à l'égard de « la politique » en général et des hommes politiques qui s'affrontent dans des conflits stériles au nom de valeurs contestables, parmi lesquelles celles du communisme.

De leur côté, pour exprimer une réaction également très négative à l'égard de la politique, les irréguliers déclarés, tous ouvriers, construisent leur propos sur la base des réalités quotidiennes, conditions de travail, budget familial, fatigue. Ils partagent un certain nombre de points de vue avec le groupe précédent, par exemple l'attachement à la famille ou la valorisation de la solidarité et de l'union, mais s'en distinguent à de nombreux égards, en particulier quant au sentiment d'appartenance sociale. Alors que pour les catholiques déclarés le partage se fait entre les croyants (c'est à dire les gens normaux) et tous les autres, ici le clivage

### Chapitre 2 : Les entretiens

est posé entre « nous les ouvriers », et « eux » les membres du groupe dominant (patronat, gouvernement, privilégiés).

Manifestant la même hostilité à l'égard de la politique pratiquée par les politiciens professionnels, et la même confiance dans les valeurs de solidarité entre les hommes, l'un et l'autre groupe divergent sur l'appréciation des moyens à employer dans le champ social : union et lutte. L'accord se fait, sur le premier volet non sur le second. Pour les catholiques déclarés, l'idée d'union s'oppose à celle de lutte alors que pour les ouvriers irréguliers, l'union débouche sur la lutte.



## Chapitre 3 :

# Le questionnaire

Chapitre 3 : Le questionnaire

**Plan du chapitre**

Introduction

1. le questionnaire et ses qualités

1.1 Un instrument de mesure

1.2 Prise en compte de l'enquêté

2. Questions ouvertes, questions fermées

2.1 Différentes formes de questions fermées

2.2 Non-équivalence d'une question ouverte et d'une question fermée

2.3 Avantages et inconvénients de chaque type de réponse

2.4 Élaboration d'une question fermée à partir d'une question ouverte

2.5 Des catégories de réponses exhaustives et mutuellement exclusives

2.6 Le faux intérêt de l'item « autre »

3. Questions de comportements : que font-ils ?

3.1 Comportements non gênants

3.2 Comportements gênants

4. Questions d'opinion : que pensent-ils ?

4.1 Des formes multiples

4.2 Avec ou sans position intermédiaire ?

4.3 Permettre les sans opinion

4.4 Faciliter les réponses

5. Questions d'intention ou d'anticipation : quel projet ont-ils ?

6. Questions de connaissance : que savent-ils ?

7. Renseignements signalétiques : qui sont-ils ?

7.1 Sexe et âge

7.2 Niveau social



### Chapitre 3 : Le questionnaire

#### Introduction

La pré-enquête avait pour objet de déterminer « sur quoi » interroger. Maintenant, nous allons nous intéresser aux problèmes de forme : « comment » traduire les indicateurs en questions et les formuler. Parce que les outils construits dans le cadre d'une étude sont rarement réutilisables pour une autre, la construction du questionnaire (ou parfois seulement son adaptation) est une nécessité dans le cadre de l'enquête.

Une petite différence dans la formulation de deux questions peut produire des écarts importants. La mise au point d'un questionnaire fiable et valide demande un travail attentif et scrupuleux. Sa construction relève tout autant de « l'art » et de « l'artisanat » (tours de mains, savoir-faire, essais) que de principes et de théories.

### Chapitre 3 : Le questionnaire

#### 1. Le questionnaire et ses qualités

##### 1.1 Un instrument de mesure

Le questionnaire conçu comme instrument de mesure devra être standardisé, c'est-à-dire qu'il placera tous les sujets dans la même situation pour permettre des comparaisons entre groupes de répondants : on ne doit pas, en cours de passation, modifier les questions ou ajouter des explications. En même temps, le questionnaire devra correspondre aux besoins de l'enquête : chaque question est là parce qu'elle a une utilité. Ainsi, on se demande pour chacune : pourquoi poser cette question ? À quoi servira-t-elle ?

Mais il n'y a pas une manière unique de poser une question. Par exemple, dans une enquête de satisfaction d'un produit, on peut demander de façon rapide, « *Sur cette liste, qu'est-ce qui vous paraît le plus satisfaisant? Le moins satisfaisant ?* », ou se livrer à un questionnement plus précis : « *Indiquez si vous êtes très, assez peu ou pas satisfait de...* » Ou encore « *Pour chaque élément, donnez une note de satisfaction entre 0 et 10* » ; on pourra aussi prévoir une démarche moins directe en demandant « *À qui conseilleriez-vous ce produit ?* ». Le chercheur se demande quelle forme est la plus adaptée pour son étude et s'il a besoin de plus ou moins de détails dans l'information.

##### 1.2 Prise en compte de l'enquêté

Une difficulté supplémentaire dans l'élaboration d'un questionnaire vient du fait qu'il s'adresse à des répondants évidemment non demandeurs de l'enquête : ne risque-t-on pas de les lasser ? Pour qu'ils aient envie de répondre, on se garde de leur donner l'impression de passer un examen, de subir un interrogatoire ou d'être ignorant. On s'arrange pour leur simplifier la tâche et résoudre pour eux les problèmes cognitifs. Pour que le questionnaire ne paraisse pas ennuyeux, monotone, rébarbatif, et inutile, il est souhaitable de varier la façon d'interroger. Une question n'est pas toujours une demande avec un point d'interrogation. Il existe une grande variabilité dans les formulations.

En même temps, on cherche à obtenir des réponses sincères en posant des questions auxquelles les sujets sont réellement capables de répondre (et qui ne les obligent pas à répondre au hasard), en prenant certaines précautions pour les thèmes gênants et en tenant compte des effets d'influence qui risquent de fausser les réponses.

#### 2. Questions ouvertes, questions fermées

Une question est dite ouverte ou fermée selon que la réponse à donner est libre ou fixée à l'avance. L'enquêté utilise son propre vocabulaire pour répondre à la question ouverte « *Quelles sont vos inquiétudes en ce qui concerne les cinq prochaines années ?* ». Si on lui demande « *Pensez-vous que dans l'éducation des enfants, la formation religieuse soit indispensable, une bonne chose, mais pas indispensable, sans grande importance ou ne soit pas à recommander ?* », le répondant choisit parmi les quatre réponses proposées de la question fermée celle qui lui convient le mieux.

### Chapitre 3 : Le questionnaire

Évidemment, il faut éviter de se servir d'une question ouverte pour aborder des généralités ou des grands problèmes. « *Quel est votre avis sur la mondialisation ?* » risque d'effrayer la personne interrogée.

#### 2.1 Différentes formes de questions fermées

Une question fermée peut donner le choix entre deux modalités de réponses (question dichotomique) ou proposer un nombre d'éventualités plus important :

*Dans votre foyer possède-t-on une console de jeux ?*

- Oui*
- Non*

*Écoutez-vous la radio, que ce soit chez vous, en voiture ou ailleurs ?*

- Tous les jours ou presque*
- Environ 3 ou 4 jours par semaine*
- Environ 2 jours par semaine*
- Plus rarement*
- Jamais ou presque jamais*

La question fermée peut, comme dans les exemples précédents, imposer de ne retenir qu'une seule réponse (question à réponse unique) ou encore laisser la possibilité de donner plusieurs réponses (question à choix multiple) :

*Dans la liste suivante, quels sont les mots qui caractérisent le mieux l'ambiance de l'entreprise ? (Entourez trois réponses de votre choix)*

- Morosité*
- Sympathie*
- Froideur*
- Convivialité*
- Méfiance*
- Sérénité*
- Solidarité*
- Inquiétude*
- L'individualisme*
- Confiance*
- Jalousie*

Les réponses à une question fermée peuvent aussi se présenter sous forme de demande de classement (« *Je vais vous présenter trois reproductions de tableaux.*

### Chapitre 3 : Le questionnaire

*Laquelle préférez-vous ? Et ensuite ? ») ou encore sous forme de choix d'un échelon sur une échelle. (Voir 4.1)*

#### **2.2 Non-équivalence d'une question ouverte et d'une question fermée**

Une même information peut être demandée sous forme ouverte ou fermée. Par exemple :

*Quel est votre âge ? ..... ans*

*À quelle tranche d'âge appartenez-vous ?*

- Moins de 20 ans*
- 20-35 ans*
- 36-50 ans*
- Plus de 50 ans*

Si dans le cas de l'âge on s'attend à des réponses comparables (encore qu'une personne de 36 ans puisse hésiter à se mettre dans le groupe des 36-50 ans, par exemple), quand il s'agit de questions portant sur des attitudes ou des opinions, les informations produites sont notoirement différentes. Par exemple, les Américains interrogés à propos du problème le plus important auquel doit faire face le pays, sont 13 % à faire état de l'inflation dans la forme ouverte, alors que cet item recueille 27 % des choix de réponse lorsqu'il est proposé dans une question fermée.

Chapitre 3 : Le questionnaire

**Application** : Lyna, Billel et Adam font leur projet de question pour évaluer la pratique des sorties au cinéma. Quel projet est le meilleur ? Quel projet est le moins bon ?

**Lyna** : « Allez-vous au cinéma ? : très souvent/souvent/parfois/rarement/jamais »

**Billel** : « au cours des six derniers mois êtes-vous allé au cinéma ? : oui/non »

« Si oui, combien de fois y êtes-vous allé ? » (Forme ouverte)

**Adam** : « allez-vous au cinéma ? : au moins une fois par semaine/deux à trois fois par mois/environ une fois par mois/cinq à dix fois par an/une à quatre fois par an/pratiquement jamais/jamais »

.....

.....

.....

.....

.....

**Chapitre 3 : Le questionnaire**

**2.3 Avantages et inconvénients de chaque type de réponse**

<b>Les avantages des questions ouvertes</b>	<b>Les inconvénients des questions ouvertes</b>
<p>Utiles lorsque :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La saillance du phénomène étudié doit être évaluée. La saillance désigne l'accessibilité en mémoire. Une question telle que « quel est le problème le plus important auquel doivent faire face les enseignants aujourd'hui ? » permet de détecter les préoccupations qui sont présentes dans l'esprit des enseignants au moment de l'enquête.</li> <li>- Le nombre de modalités de réponse est trop élevé pour qu'elles puissent être préétablies. Pour une question telle que « pour quelles raisons avez-vous accepté cet emploi ? », il est difficile de préétablir toutes les modalités de réponse, les motifs d'acceptation étant très nombreux.</li> <li>- Le phénomène étudié peut être qualifié de « sensible ». C'est le cas lorsqu'il est en rapport avec l'argent, les préférences politiques, ou les croyances religieuses.</li> </ul> <p>Dans ce cas particulier, il a été mis en évidence que les individus interrogés ont une plus grande propension à répondre lorsque les questions sont formulées de manière ouverte.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Qualité des réponses fortement sensible à l'aisance de réflexion des répondants et à leur facilité d'élocution dans le cas où le questionnaire est administré en face à face.</li> <li>-La durée d'administration du questionnaire doit être limitée pour assurer que les individus interrogés répondent à l'ensemble des questions.</li> </ul> <p>Double effet : 1. Peut induire une distorsion des réponses transcrites dans le sens d'une sélection de celles qui sont proches des attentes du chercheur ; 2. Peut contraindre le répondant à limiter sa réflexion, ce qui réduit alors la richesse de ses réponses.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Pour être analysées, les réponses enregistrées doivent être classifiées.</li> </ul> <p>Chaque réponse peut potentiellement être affectée à des catégories différentes, puisqu'aucune pré-classification n'est fixée. La catégorisation des réponses reste donc subjective, d'où de grandes variations d'interprétation. Le recours à différents codeurs se révèle dans ce cas souvent pertinent.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les répondants n'ont souvent pas recours aux mêmes cadres de référence pour répondre aux questions ouvertes. Les expériences, personnalité, formations différentes vont amener à une compréhension différente des questions. Ces cadres de références sont très difficilement accessibles, voire inaccessibles au chercheur, d'où une difficulté, voire une impossibilité de discerner de manière exacte les différences entre répondants. L'interprétation des données s'en trouve grandement complexifiée.</li> </ul>
<b>Les avantages des questions fermées</b>	<b>Les inconvénients des questions fermées</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Plus grande facilité de réponses, d'administration et de traitement.</li> <li>- Biais liés à la variabilité d'enregistrement des réponses moins grands : modalités de réponse invariantes d'un répondant et d'un enquêteur à l'autre.</li> <li>-Réponses directement comparables d'un répondant à l'autre (en supposant que chaque répondant interprète les formulations de la même manière) : condition nécessaire à tout traitement statistique.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Difficile à formuler correctement (selon la formulation, des répondants ont pu émettre une opinion sur des questions entièrement imaginaires.</li> <li>- Moins grande liberté de réponse : les données recueillies sont moins variées et les informations collectées moins riche.</li> </ul>

### Chapitre 3 : Le questionnaire

#### 2.4 Élaboration d'une question fermée à partir d'une question ouverte

La meilleure façon de trouver les modalités de réponses à une question fermée consiste à poser dans la phase préparatoire une question à réponses libres. L'analyse du contenu permet d'élaborer des catégories qui reflètent bien la substance et le vocabulaire utilisé spontanément. Par exemple dans un premier temps on demande « *À quoi vous fait penser le mot TRAVAIL* », puis dans une seconde phase, on reprend les principales catégories de réponses pour proposer une liste finie de formules entre lesquelles l'enquêté devra choisir comme : *salaire/occupation/obligation/contact/contrainte/plaisir/ambiance/fatigue*.

Au fur et à mesure de son avancement, le questionnaire comporte de plus en plus de questions fermées avec un éventail pertinent de réponses. Dans un questionnaire standardisé, trop de questions ouvertes sont souvent un aveu de faiblesse : on n'a pas su poser des questions fermées pour cause de préparation insuffisante.

#### 2.5 Des catégories de réponses exhaustives et mutuellement exclusives

Il est nécessaire de s'assurer dans l'élaboration de la liste des réponses aux questions fermées que toutes les possibilités sont représentées (exhaustivité) et que chaque réponse ne peut se situer que dans une seule catégorie (exclusion mutuelle). C'est particulièrement important pour les estimations quantitatives, où les limites de classes doivent être correctement établies. Ainsi, la catégorisation d'âge « *moins de 20 ans/21-30 ans/30-50 ans/50 ans et plus* », a un double défaut : les sujets de 20 ans ne peuvent se placer ; les sujets de 30 ans et de 50 ans ont la possibilité de se situer dans deux classes.

#### 2.6 Le faux intérêt de l'item « autre »

On est souvent tenté d'introduire à la suite d'une liste de réponses à une question fermée la modalité « *autre* » ou « *autre réponse laquelle ?* » dont on pourrait espérer qu'elle va élargir le champ de réponses. Mais les questions semi-ouvertes n'ont pas l'intérêt et la richesse des questions ouvertes : seule une fraction des sujets utilise cette possibilité d'expression. En outre, elles ne permettent plus de faire des comparaisons entre répondants, car tous ne se sont pas placés exactement dans la même situation : certains ont utilisé la question comme une question ouverte et d'autres comme une question fermée. Si l'on tient à l'ouverture, il est possible d'introduire à la suite d'une question fermée, une question ouverte spécifique du type : « *Voyez-vous autre chose à ajouter à cette liste ?* »

Le seul motif valable de conserver le « *autre réponse, précisez* » est le cas de descriptions de caractéristiques rares : faire la liste exhaustive de toutes les possibilités allongerait inutilement le questionnaire. Par exemple, demander « *Habitez-vous : dans une maison/dans un appartement/autre cas* » évite d'avoir à prévoir l'hôtel ou la caravane...

### Chapitre 3 : Le questionnaire

#### 3. Questions de comportements : que font-ils ?

Ces questions décrivent les pratiques des répondants : « Êtes-vous abonné à telle revue ? Avez-vous les chaînes satellites chez vous ? Êtes-vous inscrit à un parti politique ? Avez-vous voté aux dernières élections municipales ? Trompez-vous votre femme (ou votre mari) ? Êtes-vous parti en vacances l'an dernier ? »

Pendant longtemps, les chercheurs ont cru que les enquêtes ne pouvaient inclure que des questions sur des comportements socialement acceptables. Dans les années 1940, c'est avec beaucoup d'hésitation et de crainte que le Gallup Pool demanda à un échantillon national de répondants si un membre de leur famille souffrait du cancer. Aujourd'hui, les enquêtes incluent des questions sur les sujets qui étaient considérés comme tabous : religion, détail des revenus, comportements de dépense, santé personnelle, usage de drogue et d'alcool, comportement sexuel. Correctement motivés et avec l'assurance de la confidentialité, les répondants acceptent de divulguer de telles informations.

On distingue généralement les comportements non gênants des comportements gênants : on ne les traite pas de la même façon, car ces questions ne posent pas les mêmes problèmes.

#### 3.1 Comportements non gênants

On classe dans cette catégorie les comportements les plus évidents, pour lesquels il n'y a pas de réticence à donner des réponses : ce que les personnes font dans des domaines comme les loisirs, le travail, l'achat de vêtements, la possession d'objets courants, certaines questions simples de santé, etc. Mais la limite n'est pas toujours très facile à établir entre comportements gênants ou non gênants ; par exemple « Lisez-vous *El Watan* ? » pourra être perçu comme gênant par des non-lecteurs se pensant intellectuels.

##### • Des questions spécifiques

Pour connaître les comportements non gênants, il est nécessaire de formuler des demandes précises, ciblées. Si la question est générale, elle va inciter à donner une impression subjective. Au lieu de demander « *En général, combien de soirs sortez-vous par semaine ?* » on posera la question relativement à une période de temps limitée (depuis une semaine, un mois, un an...) « *Cette semaine, depuis mardi dernier, combien de soirs êtes-vous sorti ?* »

On spécifiera au maximum les demandes. Par exemple, pour la possession d'objets courants, (un PC, un smartphone, une tablette tactile...) on précisera « *Êtes-vous, c'est-à-dire vous-même ou quelqu'un de votre famille propriétaire de...* », Ou « *Êtes-vous personnellement propriétaire de...* » selon la nature de l'information désirée.

#### 3.2 Comportements gênants

Les comportements sont dits gênants lorsqu'on peut estimer qu'il y a une bonne ou une mauvaise réponse, une réponse socialement désirable ou socialement indésirable.

### Chapitre 3 : Le questionnaire

#### • *Biais de Désirabilité sociale*

Certains comportements « désirables » vont donner lieu plus souvent à surestimation : être un bon citoyen (voter aux élections, prendre part aux activités de la commune), être une personne bien informée et cultivée (lire, assister aux événements culturels), avoir un bon travail, avoir été bon élève dans sa scolarité, se brosser les dents tous les jours ou se laver les cheveux souvent... À l'inverse, des comportements « indésirables » auront tendance à être sous-estimés : avoir certaines maladies (cancers, MST, maladies mentales), avoir des comportements illégaux ou hors normes (usage de drogue, violation des règles de conduite automobile, découvert bancaire), consommer de l'alcool, voter pour les partis extrémistes...

Le répondant a tendance à être sur la défensive lorsque des questions risquent de nuire à l'image qu'il veut donner. C'est qu'il a le souci de se conformer aux stéréotypes sociaux, d'apparaître comme « normal », voire de se valoriser en donnant de lui une image flatteuse. Il lui est difficile d'admettre qu'il ne fait pas habituellement ce qui est socialement acceptable.

Des questions brutales ou jugées inquiétantes ou indiscrettes peuvent provoquer un « repli » (non-réponse ou réponse de convenance). Êtes-vous raciste ? Honnête ? Prenez-vous des risques au volant ? Ceci va à l'encontre de la sincérité recherchée dans les réponses. Il faut donc se méfier de ce type de réactions en prenant un certain nombre de précautions.

#### • *Lutter contre la tendance à la désirabilité sociale*

On s'arrange pour inclure dans la question quelque chose qui rende acceptable n'importe quelle réponse.

- On tente d'établir un climat permissif pour montrer qu'on juge normal un comportement reconnu comme statistiquement marginal ou dévalorisant. « *Avez-vous déjà conduit en état d'ébriété* » risque de gêner le répondant qui va réagir par une réponse de convenance. En demandant : « *Quand avez-vous conduit en état d'ébriété pour la dernière fois ?* » l'état d'ébriété est rendu plus acceptable ; le sujet se sentira déculpabilisé. C'est la technique de Kinsey dans ses études sur la sexualité.

- On peut éviter une réponse trop attractive en insistant sur les réactions habituelles (« En général, on se souvient d'avoir été bon élève, mais nous aimerions savoir si vous avez réellement... »), en introduisant une phrase rassurante (« *Dans telle élection, près de la moitié des électeurs n'a pas voté...* ») ou en minimisant le caractère exceptionnel d'un comportement (« *On peut avoir des ennuis à la maison avec ses parents, et il y a bien des moments où on a envie de s'en aller. D'ailleurs parfois, on s'enfuit de la maison pour un jour ou deux. Cela vous est-il arrivé ?* »)

- Un large éventail d'alternatives augmente la possibilité que les répondants admettent les états éloignés du neutre. On peut aussi mêler le comportement

### Chapitre 3 : Le questionnaire

gênant à une liste de comportements acceptables ou encore aborder les comportements gênants à la fin du questionnaire.

- L'usage d'un vocabulaire familier, les questions ouvertes (notamment dans les estimations quantitatives pour ne pas donner d'indication de norme), les questions longues (pour préparer l'enquêté à accepter une situation) donnent de meilleurs résultats pour évaluer des comportements gênants comme les comportements sexuels, l'usage de drogue, etc. Mais cela est mal adapté à un questionnaire auto-administré.

- L'usage de procédures spécifiques (enveloppe cachetée, jeu de cartes à ordonner) ou l'approche indirecte peuvent aussi être recommandés. Par exemple, pour des questions demandant que la réponse soit tenue secrète à l'enquêteur (sur des comportements illicites), on peut utiliser la technique de la réponse au hasard. Elle permet d'estimer la diffusion de ce comportement sans que le sujet donne directement l'information.

D'une façon générale, les questions de comportement sont difficiles à poser. Si l'on n'y prend garde, les réponses risquent de révéler davantage la représentation que l'enquêté se fait du comportement acceptable pour lui, plutôt que son comportement réel. Lorsque c'est possible, une méthodologie d'observation directe est préférable.

### Chapitre 3 : Le questionnaire

La formulation d'une question ouverte ou fermée, nécessite un soin très particulier. Chacun s'accorde à penser que sa mise en mots ne devrait pas induire les réponses. Or, l'expérience montre qu'il n'en est rien. Une légère variation dans l'intitulé peut provoquer des différences de résultats sensibles.

Un exemple donne une illustration de cet effet. Au lendemain du raid d'un détachement de l'aviation américaine sur deux villes de Lybie en avril 1986, trois hebdomadaires français commandent, chacun pour leur compte, un sondage d'opinion sur l'événement. Les trois instituts de sondage contactés proposent à des échantillons représentatifs de la population française adulte une question d'opinion sur l'action en cause. Rédigée dans l'urgence à propos d'un événement imprévu celle-ci se présente dans chacun des trois sondages sous des formulations différentes avec cependant un point commun, celui de chercher à mesurer l'opinion sur l'événement en termes d'approbation ou de désapprobation : « Approuvez-vous ou désapprouvez-vous ... ? ».

	(A) <i>Approuvez-vous ou désapprouvez-vous l'action américaine contre Kadhafi ?</i>	(B) <i>Approuvez-vous ou désapprouvez-vous le bombardement de la Lybie par les forces américaines ?</i>	(C) <i>Vous savez que l'aviation américaine a bombardé les villes libyennes de Tripoli et Benghazi. Vous personnellement, approuvez-vous ou désapprouvez-vous cette action ?</i>
Approuvent	59%	39%	31%
Désapprouvent	35%	40%	43%
N.S.P	6%	21%	26%

Source: *L'Express*, 20 avril 1986 (A), *Le Point*, 21 avril 1986 (B), *La Vie*, 24 avril 1986 (C).  
J. Richard Zape!la, « Mise en mots et sondages d'opinion », *Langage et société*, 55, mars 1991.

La lecture comparée des résultats est surprenante. Recueillies dans des conditions méthodologiques comparables, les réponses positives (*approuvent*) marquent un écart de 18 points entre la première et la troisième formulation. Celui-ci s'explique par un effet de langage. La façon de nommer les faits (une *action* ou un *bombardement*) et les protagonistes, spécialement les cibles visées, (Kadhafi, la Lybie ou deux villes particulières) entraîne des différences sensibles sur l'opinion approbatrice ou désapprobatrice des enquêtés. Pour l'analyste de cet exemple significatif, derrière la similitude de l'objet d'enquête, trois visions du politique s'expriment de façon contrastée. Pour *L'Express* (A), il s'agit d'un combat des chefs, une sorte de duel ou de match de boxe entre Reagan et Kadhafi. Dans le sondage du *Point* (B), l'affrontement se passe d'État à État.

Enfin, *La Vie* (C) présente les faits dans leur aspect plus humain mettant en jeu des personnes habitant les villes bombardées. Il n'est pas étonnant que ces trois modes de construction verbale du réel provoquent des réactions différentes.

Chapitre 3 : Le questionnaire

Application : Laquelle de ces formulations de questions (dans une enquête sur les principes éducatifs) vous paraît la moins inductrice d'une réponse ?

1. Approuvez-vous les fessées aux enfants ?
2. Vous approuvez les fessées aux enfants, n'est-ce pas ?
3. Est-ce que vous êtes contre les fessées aux enfants ?
4. Vous êtes contre les fessées... non ?



.....

.....

.....

- Trouvez les indicateurs de désirabilité sociale et corrigez leur formulation

.....

.....

.....

## Chapitre 3 : Le questionnaire

### 4. Questions d'opinion : que pensent-ils ?

Les questions portant sur les manières de penser ou de juger (opinions, attitudes, satisfaction, préférences, croyances, motivations) sont souvent bien accueillies par les personnes enquêtées : « On me demande mon avis ».

#### 4.1 Des formes multiples

Pour interroger sur l'opinion, les questions à réponse « oui ou non » sont généralement à éviter : le répondant est tenté de donner une réponse de convenance ou d'acceptation, sans réfléchir. Il y a bien d'autres façons de demander leur point de vue aux enquêtés.

##### • Des échelles unidimensionnelles

Les questions peuvent se présenter sous forme de choix de réponse sur une échelle graduée : « *Qu'avez-vous pensé de cette exposition ? D'une manière générale, vous avez trouvé cette exposition : très intéressante/assez intéressante/assez peu intéressante/pas intéressante du tout* » ou « *Vous arrive-t-il de vous sentir très seul : fréquemment/parfois/rarement/jamais ?* ».

Le degré d'accord du répondant avec une proposition peut être demandé avec plus ou moins de nuances :

**L'auto-notation : On soumet au sujet une opinion ferme et on lui demande son degré d'approbation**

*Il faut rétablir la peine de mort. Êtes-vous :*

- Pas du tout d'accord*
- Pas tellement d'accord*
- Peut-être d'accord*
- Bien d'accord*
- Entièrement d'accord*

On peut encore demander au sujet sa position sur une échelle numérique : le principe est le même, mais on espère avoir plus de nuances que dans le premier procédé

#### L'autoposition sur une échelle d'opinions

Voici par exemple une échelle en 10 points : « *Dans l'ensemble, à quel point êtes-vous satisfait ou pas satisfait de la vie que vous menez en ce moment ? Entourez le chiffre correspondant à votre position.* »

pas du tout satisfait tout à fait satisfait

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Chapitre 3 : Le questionnaire

**Les questions à échelles ordonnées : éviter l'impair**

Les détails d'une question préformée peuvent constituer des échelles qui proposent des réponses dont la logique formelle impose naturellement l'ordre, comme nous l'avons vu, par exemple à propos de la question sur l'existence de Dieu présentée plus haut. Le problème se trouve dans la détermination du nombre idéal d'items. Dans le cas d'échelles en nombre impair, (par exemple une échelle de fréquence à trois degrés : souvent, de temps en temps, jamais) l'inconvénient réside dans le caractère particulièrement attirant de la valeur centrale. La préférence de principe va donc vers une échelle en nombre pair (souvent, de temps en temps, rarement, jamais) qui présente l'avantage de permettre une partition de la population en deux blocs, indépendamment des inévitables non réponses.

« Diriez-vous que vous vous intéressez à la politique ... »		
1958	1966	1969
beaucoup	beaucoup	beaucoup
un peu	un peu	assez
pas du tout	très peu	un peu
	pas du tout	pas du tout

Source : D. Gaxie, *Le cens caché, inégalités structurelles et ségrégations politiques*, Seuil, 1978.

L'exemple -ci-dessus montre les tâtonnements qui ont été nécessaires avant de trouver la meilleure formulation d'une échelle d'intérêt déclaré pour la politique, en particulier trouver le ou les deux mots justes entre *beaucoup* et *pas du tout*. Selon les années, l'item *un peu* prend des sens différents du seul fait de sa place occupée dans l'échelle et de son voisinage avec deux ou trois autres éventualités de réponses.

• **Des échelles bipolaires**

La question peut proposer à l'enquêté de se situer sur une échelle bipolaire : satisfait/mécontent, faux/vrai, rassurant/angoissant, bon/mauvais, etc. « Dans l'ensemble, comment décririez-vous votre état de santé en ce moment : très bon, bon, acceptable, plutôt mauvais, très mauvais » ou « L'exposition que vous venez de voir vous a paru simple ou compliquée ? ». Mais l'on n'est jamais certain que l'opposition proposée porte bien sur une dimension unique : les mots peuvent avoir des connotations particulières.

**L'échelle d'attitudes de Bogardus : Proposée dès 1925, cette échelle d'attitudes a été inventée pour mesurer l'intensité des préjugés nationaux ou raciaux :**

*Admettez-vous volontiers qu'un Noir soit :*

- |                                            |          |
|--------------------------------------------|----------|
| 1 votre proche parent par alliance.....    | Oui- non |
| 2 votre ami personnel dans votre club..... | Oui- non |
| 3 voisin dans votre rue.....               | Oui- non |
| 4 collègue dans votre travail.....         | Oui- non |
| 5 citoyen dans votre nation.....           | Oui- non |
| 6 touriste dans votre pays.....            | Oui- non |
| 7 interdit de séjour dans votre État.....  | Oui- non |

### Chapitre 3 : Le questionnaire

L'échelle de Guttman : L'idée de Guttman se réfère à l'image du thermomètre où il a imaginé une liste de propositions telles que l'adhésion à un degré supérieur implique nécessairement l'adhésion à tous les niveaux en dessous. Appliquée à des attitudes, la technique de la composition de l'échelle utilise une matrice appelée *scalogramme*. Voici le résultat d'un de ces calculs appliqués à l'attitude du « militarisme politique » (la liste est à lire de bas en haut)

8. Avez-vous collé avec une équipe, des affiches politiques sans autorisation ?
7. Avez-vous essayé de convaincre des gens d'adhérer à un parti ?
6. Avez-vous assisté à des réunions politiques ?
5. Avez-vous donné de l'argent à un parti ?
4. Avez-vous des discussions politiques avec vos collègues ?
3. Vous considérez-vous comme assez bien informé politiquement ?
2. Avez-vous voté aux dernières élections municipales ?
1. Avez-vous voté aux dernières élections présidentielles ?

#### • *Choix forcé*

Un mode de questionnement classique consiste à demander de choisir entre deux ou plusieurs situations. Pour évaluer la structuration faible, rigide ou souple de l'environnement familial on peut demander aux parents :

*Comment faites-vous quand vous achetez des vêtements à votre enfant ?*

- La plupart du temps, vous lui laissez choisir ce qu'il veut*
- En général, c'est vous qui choisissez pour lui*
- Vous discutez avec lui de ses choix, mais c'est finalement vous qui décidez*

Le danger est de proposer le choix entre des solutions qui ne relèvent pas du même registre. Un conseil important pour toutes les questions d'opinion est de s'assurer que la question porte sur un seul thème.

#### • *Classements ou préférences*

Classer est une tâche souvent rébarbative et les classements s'avéreront difficiles à analyser. Il est nécessaire que le répondant ait les éléments à ranger sous les

### Chapitre 3 : Le questionnaire

yeux et l'on prendra la précaution de ne pas faire ordonner plus de cinq modalités (mais deux ou trois suffisent, en général).

**L'échelle d'attitudes de Thurstone à intervalles calculables : on demande aux sujets de faire des choix sur une liste de propositions mélangées au hasard**

*Quand on dit risque, quels mots vous viennent à l'esprit ? Choisissez trois mots parmi cette liste :*

- Destin
- Protection
- Inattention
- Prudence
- Aventure
- Négligence
- Hasard
- Courage
- Précaution
- Inconscience
- Audace
- Chance

#### 4.2 Avec ou sans position intermédiaire ?

Les experts ne sont pas tous d'accord sur le bien-fondé d'introduire une modalité intermédiaire (ni d'accord ni pas d'accord, autant l'un que l'autre, entre les deux, indifférent). La position médiane est le refuge des indécis. Le choix d'une procédure se fait donc en fonction du type d'information recherchée. Veut-on repérer des sujets ayant un avis nettement marqué, alors on inclura le moyen terme. Ou veut-on obliger les répondants à prendre position dans un sens ou dans l'autre, même si cette position n'est pas très fortement marquée, alors on ne le mettra pas.

#### 4.3 Permettre les « sans opinion »

Admettre que l'enquêté n'exprime pas son avis évite de tomber dans le présupposé que tout répondant a une opinion. La réponse « ne sait pas » est prévue dans la liste des réponses qu'acceptera l'enquêteur. On peut même demander aux répondants s'ils ont un avis sur la question avant de leur demander leur opinion. Proposée, la modalité « sans opinion » recueille naturellement un plus grand nombre de choix. Par exemple, la question « À votre avis, l'État devrait-il verser aux écoles plus d'argent qu'actuellement, autant d'argent qu'actuellement, ou moins d'argent qu'actuellement » recueille 25 % de sans avis. Si on ajoute « ou

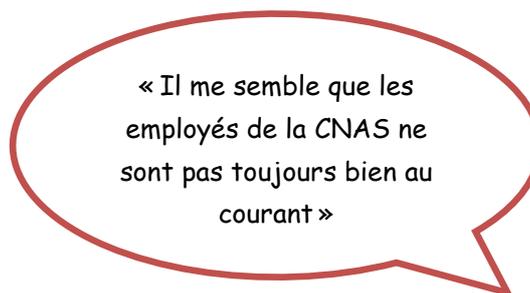
### Chapitre 3 : Le questionnaire

*bien est-ce que vous n'avez pas d'avis sur la question ?* » la proportion monte à 33 %. Si on commence par demander « *En ce qui concerne l'argent que l'État verse aux écoles, avez-vous un avis sur la question ?* », le pourcentage de sans avis est notoirement augmenté (51 %). Cette dernière forme évite de demander leur avis à des répondants « flottants » qui risquent de répondre au hasard.

#### 4.4 Faciliter les réponses

On s'attache par différents procédés à rendre agréable la tâche du répondant.

- Les questions fermées sont en général préférables, même si elles sont plus difficiles à construire.
- On élabore des questions courtes, sans périphrases inutiles, avec des instructions simples. Payne, un spécialiste, recommandait en 1950 des phrases n'excédant pas vingt mots. Mais on peut être amené à faire un préambule plus long pour préciser le contexte, dans le cas de situations un peu complexes.
- L'ordre des items est toujours proposé dans le même sens (du plus au moins ou du moins au plus).
- Les supports visuels sont utiles s'il y a trop de modalités (plus de quatre ou cinq)
- Des illustrations peuvent agrémenter les questions d'un questionnaire écrit :  
Avec laquelle de ces deux personnes êtes-vous le plus d'accord ?



Chapitre 3 : Le questionnaire

Application : une enquête contenait les deux questions suivantes posées à la suite.

Question A : «le tabac est - il dangereux?» oui/non

Question B : «existe-t-il des drogues inoffensives?» oui/non

Les scores obtenus aux questions A et B diffèrent selon l'ordre dans lequel on introduit les questions. Comment expliquer les différences?

	Ordre A puis B		Ordre B puis A	
Question A	Oui	21 %	Oui	29 %
	Non	79 %	Non	71 %
Question B	Oui	64 %	Oui	49 %
	Non	36 %	Non	51 %

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



### Chapitre 3 : Le questionnaire

#### 5. Questions d'intention ou d'anticipation : quel projet ont-ils ?

Les questions de projection dans l'avenir ou dans une situation qui n'existe pas ne permettent pas de fonder des prévisions valides. « *S'il y avait une piscine dans le quartier, iriez-vous à la piscine ?* » ou « *Souhaiteriez-vous une piscine dans le quartier ?* » L'enquêté est enclin à répondre oui, cela ne l'engage guère. Le seul usage que l'on peut faire de ce genre de question est d'observer la variation de pourcentages d'un groupe à l'autre : par exemple, les jeunes peuvent être nettement plus intéressés que les plus âgés. Pour étudier intentions et anticipations, il vaut mieux analyser la situation présente et voir si des besoins sont réellement exprimés : savoir s'il arrive aux sujets de se rendre à une piscine, où, avec quelle fréquence, pendant les vacances ou hors vacances...

De la même façon, les intentions d'achat sont toujours surestimées. On ne s'en tient donc pas à la simple déclaration, mais on prévoit des questions supplémentaires pour analyser le degré d'intention : « *Est-ce une intention ferme ou un vague projet ? Dans combien de temps ? À quelle marque pensez-vous ? Pensez-vous acheter au comptant ou à crédit ?* »

Un domaine où la prévision est attendue est celui des sondages préélectoraux. Même si l'enquête reconstitue les conditions de vote (par exemple, sous la forme d'un pseudo-bulletin de vote à déposer dans une urne fictive présentée par l'enquêteur), le sondage n'enregistre qu'une intention, une attitude plus ou moins favorable à tel ou tel candidat et non l'acte de vote. C'est pourquoi les modèles de prévision électorale sont complexes et ne font pas uniquement intervenir la réponse à la question « *Pour qui allez-vous voter ?* ».

Dans les enquêtes, les questions d'intention sont parfois utilisées comme indicateurs indirects d'opinions (par exemple, les intentions de vote donneront une indication sur la position politique).

#### 6. Questions de connaissance : que savent-ils ?

À la suite d'une campagne d'information, les enquêtés savent-ils ce qu'il faut faire en cas de sinistre majeur ? Peuvent-ils citer le compositeur du ballet Casse-noisettes ? Connaissent-ils l'activité de Hugo Pratt ?

La tendance est de ne pas oser ne pas répondre si l'on ignore la réponse.

Par exemple, dans une enquête sur les conditions de vie des Français, on avait demandé : « *Connaissez-vous ou avez-vous entendu parler de l'amendement Bourrier concernant la Sécurité sociale ?* » environ 4 % des personnes interrogées ont prétendu connaître cet amendement- qui en fait n'a jamais existé.

Dans les questions de connaissance, il faut veiller à ne pas gêner le répondant en lui montrant qu'il est ignorant ou en l'obligeant à répondre au hasard. Pour manifester qu'il est acceptable de ne pas savoir, la modalité « je ne sais pas » ou « je n'ai pas d'avis » sera explicitement formulée. Il est également possible de réduire l'aspect gênant des questions de connaissance en utilisant des formules comme « *Pouvez-vous vous rappeler...* » Ou « *Sauriez-vous par hasard...* » ou en

### Chapitre 3 : Le questionnaire

les posant comme des questions d'opinion : « *À votre avis, que signifie... tel sigle* ».

Ne pas suggérer les informations par les questions précédentes et avoir un niveau de difficulté adapté aux sujets enquêtés sont encore des préoccupations liées à la formulation des questions de connaissance.

#### 7. Renseignements signalétiques : qui sont-ils ?

Ces questions ont pour objet de décrire les répondants. En général, elles correspondent à des hypothèses et interviennent comme explication des conduites ou des opinions. Elles sont donc importantes pour l'analyse.

Cependant, les questions d'identification ne présentent pas beaucoup d'intérêt pour les répondants. C'est pourquoi on les pose habituellement à la fin du questionnaire. Dans ce cas, on est souvent obligé de justifier leur

présence par une phrase du type : « *Pour analyser les résultats de l'enquête, nous allons vous poser quelques questions supplémentaires* » ou encore : « *Nous avons bientôt terminé l'entretien. Il reste quelques questions qui seront utilisées pour analyser et comparer les réponses des répondants* ». Mais parfois, ces questions sont une bonne introduction, dans la mesure où elles sont simples, et paraissent faciles à la personne interrogée (en particulier, dans les enquêtes auto-administrées). Il arrive aussi qu'on les place à l'intérieur du questionnaire pour introduire un thème (par exemple sur la profession ou sur la famille).

Il n'y a pas de modèle standardisé pour déterminer les caractéristiques sociodémographiques. La façon de poser la question peut être liée aux objectifs de l'enquête et à la nécessité d'obtenir une information plus ou moins développée. Il est souvent judicieux d'utiliser des catégories dont les recoupements avec les statistiques officielles sont possibles.

##### 7.1 Sexe et âge

Si la question sur le sexe ne pose pas a priori de difficulté, on veillera cependant dans un questionnaire écrit à formuler réellement une question (« *êtes-vous un homme ou une femme ?* ») et non à introduire une demande de type administratif : « *Sexe ? masculin/féminin* ».

L'âge peut être demandé sous forme ouverte : « *Quel est votre âge ?* » « *Quel était votre âge à votre dernier anniversaire ?* », « *Quelle est votre année de naissance ?* ». Par la suite, on aura la possibilité de constituer des classes d'âge adaptées à la population d'enquête. On utilise aussi une question fermée avec des classes d'âge, généralement de cinq en cinq ans ou de dix en dix ans.

##### 7.2 Niveau social

La position sociale (appelée aussi « niveau socioculturel » ou « niveau socio-économique ») est mesurée classiquement par trois types de renseignements très liés entre eux : profession, niveau d'instruction et revenu.

### Chapitre 3 : Le questionnaire

#### • **Profession et catégorie socioprofessionnelle**

De nombreuses études ont montré qu'un certain nombre de valeurs, d'opinions, d'habitudes, de styles de vie sont en relation avec l'origine sociale, mesurée par la profession.

#### • **Niveau d'instruction**

Cette information est généralement obtenue à partir de l'âge de fin d'études ou du diplôme le plus élevé possédé. Si l'on demande « *jusqu'à quel niveau avez-vous suivi des études ? Noter le niveau le plus haut terminé ou réussi* », il faut penser à donner une indication à ceux qui poursuivent leurs études : « *Si études en cours, noter le plus haut niveau terminé* ».

#### • **Revenu**

La question concernant le revenu est considérée comme une question sensible : elle touche des renseignements d'ordre privé, qui ne peuvent être facilement dévoilés. Cette question recueille souvent un fort taux de non-réponses, surtout sous forme ouverte. Le choix sur une liste de catégories fermées est plus facile. Dans ce cas, on détermine avec soin les limites des catégories : il s'agit de bien choisir l'étendue pour recouvrir tout l'éventail des possibles sans se situer trop haut ou trop bas. On doit aussi préciser au sujet sur quels revenus porte la question (revenu de la personne ou du foyer, revenu d'une année ou d'un mois, revenu total ou le revenu du salaire seulement, etc.).

Dans un entretien oral, il est préférable que la personne enquêtée n'ait pas à mentionner un montant chiffré. L'enquêteur pourra lui proposer une carte avec des lettres comme sigle des catégories de revenus : « *Voici une échelle de revenus mensuels. Nous désirons savoir à quel niveau vous vous situez, en comptant toutes les rentrées d'argent en un mois dans votre foyer, telles que : salaire, allocation familiale, pension et autre revenu... Citez-moi la lettre qui correspond à votre réponse.* »

La question sur les revenus peut éventuellement être remplacée par des éléments de standing (propriété de la résidence principale, résidences secondaires, nombre de voitures, de télévisions...), ou même par une appréciation plus personnelle : « *En ce qui concerne vos revenus, vous diriez qu'ils sont par rapport à la moyenne des familles françaises, très au-dessus de la moyenne, au-dessus de la moyenne, dans la moyenne, au-dessous de la moyenne, très au-dessous de la moyenne, ou vous ne savez pas* ».



Chapitre 3 : Le questionnaire

**Application** : voici un projet proposé par un apprenti-questionneur. Il s'agit d'étudier l'attitude par rapport au mariage de la population de plus de 18 ans dans une ville.

- Âge ?
- Lieu de résidence ?
- Sexe  masculin  féminin
- Dans quelle classe professionnelle vous-situez-vous ?
  - étudiants
  - ouvrier ou salarié
  - cadre
  - dirigeant
  - sans emploi
  - autre : .....
- Situation familiale des parents :
  - mariés
  - divorcés
  - veuf
- Trouvez-vous que se marier est valorisant socialement ?
  - oui  non
- Le mariage est-il pour vous le moyen de se faire une place dans la société ?
  - oui  non
- Comment considérez-vous les situations matrimoniales de votre entourage familial ?  
Tout à fait stable/plutôt stable/indécis/plutôt instable/tout à fait instable
- Quel est votre matrimonial actuel ?
  - célibataire
  - marié
  - séparé
  - divorcé
  - veuf
- Vivez-vous en couple ?
  - oui  non
- À votre avis, le mariage est-il un idéal ? .....
- Avez-vous vécu dans un de ces contextes ?
  - parents ensemble
  - parents divorcés
- votre entourage vous a plutôt transmis :
  - une représentation positive du mariage
  - une représentation négative du mariage
- Selon vous, le mariage renforce-t-il la communication dans un couple ?
  - tout à fait d'accord
  - d'accord
  - pas d'accord
  - pas du tout d'accord
- Le coût du mariage en lui-même peut-il représenter un obstacle pour les jeunes ?
  - tout à fait d'accord

Chapitre 3 : Le questionnaire

d'accord

pas d'accord

pas du tout d'accord

- Êtes-vous plutôt d'accord ou plutôt pas d'accord avec ceux qui disent « quand les parents se marient jeunes, les enfants font de même » ?

tout à fait d'accord

d'accord

pas d'accord

pas du tout d'accord

1. Quelles hypothèses pouvez-vous relever à la lecture du questionnaire ?

.....

.....

.....

.....

2. Faites des suggestions pour améliorer ce questionnaire.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



# Chapitre 4 :

## Le recueil et l'analyse des données

## Plan du chapitre

### Introduction

#### 1. Choisir l'échantillon

##### 1.1 Deux méthodes pour obtenir des échantillons représentatifs

##### 1.2 Les échantillons non représentatifs:

##### 1.3 Combien faut-il interroger de personnes ?

#### 2. Administrer le questionnaire

##### 2.1 L'administration par enquêteur

##### 2.2 L'enquête auto-administrée

#### 3. Préparer les données

##### 3.1 Les variables

##### 3.2 Codification des questions fermées

##### 3.3 Codification des questions ouvertes

#### 4. Traiter les données

#### 5. Présenter les résultats

#### Introduction

Dans l'itinéraire d'une recherche ou d'une étude en sciences humaines et sociales, après contractualisation peuvent débiter le travail de terrain et l'exploration du sujet. Cette phase mobilise des compétences techniques et comportementales. Celles-ci sont nécessaires pour permettre aux enquêteurs de s'ajuster le mieux possible au terrain, mais également pour réaliser un travail souvent collectif.

Avec les chapitres précédents, vous avez appris à préciser votre problématique et vos hypothèses de recherche, élaborer un entretien ou un questionnaire adaptés au projet d'étude. Maintenant, vous devez prendre contact avec les répondants pour rassembler les informations, déterminer comment choisir les enquêtés et de quelle façon recueillir les réponses aux questions.

Vous disposerez ainsi d'une pile de documents à traiter et à organiser pour pouvoir ensuite répondre aux interrogations de la recherche : il faudra mettre les réponses sous une forme qui les rende aptes à être analysées (encodage et traitement classique de données).

Enfin, les résultats sont destinés à être présentés dans un rapport d'enquête notamment sous forme d'aide visuelle.

Ce chapitre sera donc consacré à la démarche de recueil, de traitement et de présentation des données d'enquête qualitatives ou quantitatives (à travers des entretiens ou des questionnaires).

### 1. Choisir l'échantillon

Si l'enquête peut être réalisée auprès de l'ensemble de la population concernée, le problème du choix de l'échantillon ne se pose pas. Mais il est souvent trop long et coûteux d'essayer d'interroger toute la population : on procède donc à une enquête par sondage auprès d'une partie de l'ensemble, nous obtiendrons ainsi notre échantillon.

#### 1.1 Deux méthodes pour obtenir des échantillons représentatifs

Deux types de procédés permettent de construire des échantillons représentatifs :

- Les techniques probabilistes (aléatoires) où les éléments sont désignés par tirage au sort et interrogés nommément ;
- Les techniques empiriques où les éléments sont choisis sur le terrain en fonction de jugements sur les caractéristiques de la population ou bien en reconstituant le hasard



**Échantillon par quotas ou échantillonnage proportionnel** : on s'attache à construire un échantillon qui ressemble à la population parente, à partir d'informations statistiques sur la structure de cette population : un « modèle réduit » est établi. On choisit dans la mesure du possible des quotas liés à l'objet d'étude (en prenant en considération les variables contrôlées comme le sexe, l'âge, la taille de la commune de résidence, le niveau d'études...)

### Les échantillons empiriques

**Échantillons où le hasard est reconstitué** : on parle de hasard synthétique ou randomisation, où le biais de sélection est éliminé.

- Méthode des itinéraires (ou méthode de Politz) : la détermination du logement à visiter et la désignation des personnes à interroger sont choisies au hasard sur une carte ou un plan (itinéraire à suivre).
- Titage aléatoire par téléphone (Random Digit Dialing) : les enquêtés sont choisis aléatoirement en générant des numéros de téléphone au hasard (les premiers numéros indiquent la ville, les autres la région et le domicile).
- Échantillonnage par intervalle : échantillonnage par moments (tout au long de la semaine par exemple pour les visiteurs d'un musée ou les usagers d'un train).
- Sélection de la personne à interroger dans un ménage (ou méthode de Kish) : consiste à faire nommer et classer toutes les personnes susceptibles d'être interrogées. Sera interrogée celle dont le rang correspond à un nombre aléatoire attribué.

## 1.2 Les échantillons non représentatifs

Des méthodes d'échantillonnage beaucoup moins systématiques (dont rien ne permet de dire qu'elles assurent la représentativité de l'échantillon) s'imposent parfois. Se posera alors le problème de la généralisation des observations.

Méthode des unités types (choix raisonné) : choisir des individus « moyens » que l'on déclare comme représentatifs d'un groupe (parents d'élèves dont la répartition socioprofessionnelle est conforme à l'ensemble des parents d'une ville par exemple).

### Échantillons non représentatifs

Échantillon de volontaire (ou de convenance) : peu crédible, car elle se base uniquement sur ceux ayant acceptés de répondre (enquête postale, à la sortie d'un marché...). Les résultats ne seront pas généralisables à une population plus large que celle des répondants.

Méthode boule de neige : technique adaptée à des enquêtes auprès de personnes possédant certaines caractéristiques. Ayant identifié quelques personnes, on leur demande d'indiquer d'autres personnes de leur connaissance possédant la même caractéristique.

#### 1.3 Combien faut-il interroger de personnes ?

Cette question est souvent posée et elle reçoit le plus souvent une réponse évasive « cela dépend ».

Les organismes de recherche établissent des échantillons de façon que le plus petit sous-groupe dépasse 30 sujets. On considère en général qu'une enquête quantitative sur échantillon doit avoir un minimum de 80 sujets. Dans le domaine des sciences sociales, la taille des échantillons varie entre 100 et 1000 enquêtés. La plupart des enquêtes d'opinion publique s'effectue sur des échantillons allant de 400 à 2000 personnes.

Dans le cas des enquêtes qualitatives, l'objectif est de comprendre les situations, non pas d'estimer des valeurs dans une population d'enquête. Le nombre de sujets pourra être plus réduit, mais bien choisi. On peut chercher à obtenir un échantillon expérimental en croisant les facteurs des répondants pour s'assurer que tous les cas seront présents.

Chapitre 4 : Le recueil et l'analyse des données

**Application : vous devez reconnaître les méthodes d'échantillonnage utilisées dans les cas suivants.**

1. Une association possède la liste alphabétique de ses 600 membres. Un enquêteur décide de réaliser une enquête auprès de 75 membres. Il tire un nombre au hasard entre 1 et 8. Le chiffre 4 est tiré. Il retient alors le 4<sup>e</sup> nom, le 20<sup>e</sup> nom et ainsi de suite, jusqu'au bout de la liste.

.....

2. On demande à 20 parents d'élèves des trois collèges d'une commune d'indiquer chacun le nom de trois autres parents d'élèves de même âge qui pourront être enquêtés.

.....

3. Dans la liste de toutes les classes de cours moyen d'une ville, on choisit 30 classes par tirage avec une table de nombre au hasard. Tous les élèves des classes sélectionnés seront interrogés.

.....

4. Les étudiants d'un groupe de travail décident, pour réaliser leur enquête sur l'image du mariage des habitants d'une commune, de se rendre un lundi à l'ouverture du magasin dans un centre commercial. Ils interrogent sur le parking les personnes qui veulent bien répondre, et à midi ils ont obtenu les réponses à leurs 100 questionnaires.

.....

5. Pour une enquête de satisfaction dans une entreprise, on interroge tous les salariés travaillant dans l'entreprise depuis plus de 3 mois. Les salariés plus récents ne seront pas interrogés.

.....

### 2. Administrer le questionnaire

Le recueil d'information par entretiens semi-directifs ou non directifs est évidemment obtenu dans une relation directe de face à face. Pour le questionnaire standardisé, divers moyens sont envisageables. Le questionnaire peut être auto-administré (le répondant inscrit lui-même ses réponses) ou administré par enquêteur. L'enquêteur peut se présenter pour une entrevue de face à face ou au téléphone. Le questionnaire auto-administré peut être envoyé par la poste, par internet ou remis en main propre.

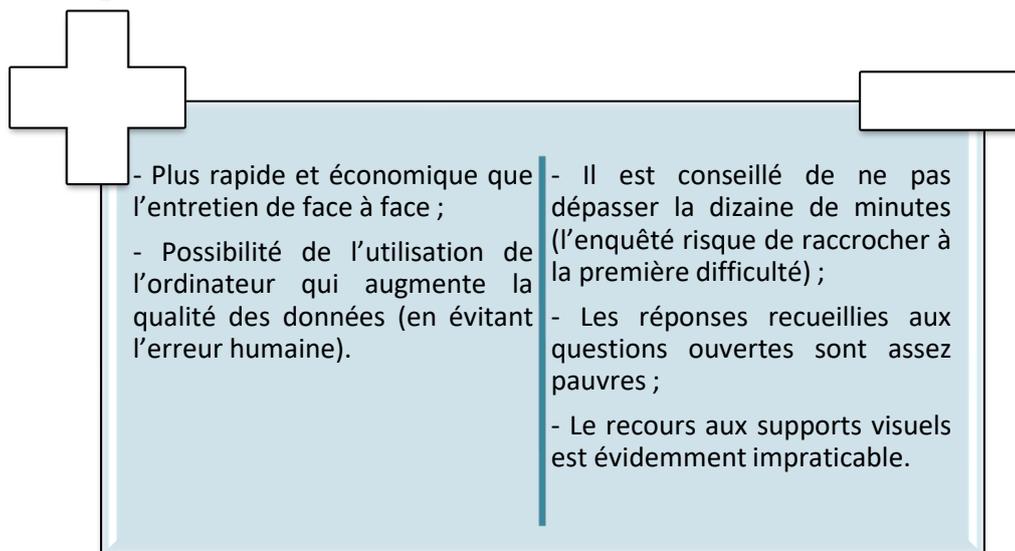
#### 2.1 L'administration par enquêteur

La réussite de l'enquête repose sur les capacités professionnelles de l'enquêteur qui lit les questions et note les réponses. Dès la rencontre, il doit être capable de motiver le répondant potentiel (gérer l'accroche par exemple).

Les risques d'influence de l'enquêteur sont moindres si la standardisation du questionnaire est poussée. L'enquêteur ne doit pas avoir à innover face à l'enquêté ; il doit savoir ce qu'il peut dire, quand il a le droit de donner des précisions, quelles questions sauter en cas de question filtre...

Le questionnement peut être guidé et géré par ordinateur. Au lieu d'avoir un questionnaire papier, l'enquêteur dispose d'un ordinateur ou d'une tablette tactile sur lesquels s'affiche la question. Il saisit la réponse à la question qui s'inscrit, puis passe à la question suivante en respectant les instructions qui sont données à l'écran. La saisie de l'information d'enquête est donc réalisée directement.

Par ailleurs, et au niveau de l'interaction sociale, comme au niveau du taux de réponses, l'enquête par téléphone se situe entre l'entretien de face à face et le questionnaire postal :



#### 2.2 L'enquête auto-administrée

Le remplissage du questionnaire assuré par le répondant lui-même peut être réalisé en dehors de la présence de chargés d'étude (par voie postale ou par

### Chapitre 4 : Le recueil et l'analyse des données

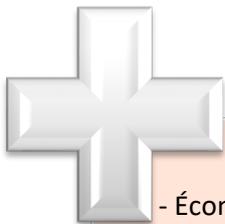
internet). L'avantage indéniable d'un coût réduit est contrebalancé par une moins bonne qualité des réponses.

Le questionnaire auto-administré repose seulement sur les questions et les instructions écrites. Il doit donner envie de répondre (avec des questions courtes, spécifiques, écrites en langage accessible, avec un nombre limité de modalités de réponses).

L'envoi postal donne la possibilité de toucher au moindre coût un échantillon très dispersé géographiquement. Il n'y a plus besoin de former des enquêteurs [disparition des biais]. En outre, il permet d'atteindre des personnes difficiles à joindre [rarement chez elles ou refusant d'ouvrir la porte].

En contrepartie, on risque un faible taux de retour [biais des non-réponses]. Par ailleurs, on ne pourra savoir si le questionnaire a été rempli par la personne voulue ou pire encore, avoir des réponses illisibles ou incomplètes.

Avec le développement d'Internet, il peut être tentant d'utiliser le réseau comme substitut à l'enquête postale en effectuant la collecte de l'information à partir d'adresses électroniques ou de sites web :



- Économie du coût de recueil ;
- Le monde entier est à portée ;
- Les délais de collecte sont raccourcis ;
- Possibilité d'introduction d'images, de sons, de vidéos ;
- Saisie des données simplifiées ;
- Possibilité d'utilisation directe de logiciels de traitement.
- Risque de biais d'échantillonnage (les internautes ne représentent pas la population globale) ;
- Ce média convient seulement à des populations « connectées » (les jeunes, les universitaires, les étudiants, les enseignants...);
- Difficulté d'obtenir les adresses électroniques des répondants ;
- Pas de contrôle retour (on ne sait pas si c'est la personne qu'on voulait interroger qui a répondu) ;
- Les enquêtés peuvent mal comprendre les questions.

**Application : quelle méthode d'administration du questionnaire induit :**

1. Le moins de désirabilité sociale ?

.....

2. Le plus de désirabilité sociale ?

.....

3. Le moins de refus au questionnaire ?

.....

4. La moins bonne représentativité de l'échantillon ?

.....

5. La meilleure garantie de la qualité de l'information ?

.....

6. Le plus de non-réponses aux questions ouvertes ?

.....

#### 3. Préparer les données

Même avec un petit nombre de questionnaires, et surtout si l'analyse s'oriente vers des observations statistiques ou des comparaisons, il n'est pas rentable de travailler directement sur les formulaires d'enquête. Les informations recueillies seront alors présentées sous forme simple et systématique, obtenue au moyen d'un codage. Les analyses ultérieures s'effectueront à partir du document rassemblant les données codées.

##### 3.1 Les variables

Au moment de l'analyse statistique, chaque question devient une variable (ou plus). On appelle variable tout caractère soumis à une analyse sociologique dont les valeurs ne sont pas forcément numériques (le sexe, la profession...). Les valeurs d'une variable prennent le nom de modalités (ou items). Une variable est donc définie par l'ensemble de ses modalités (c'est souvent les différentes réponses à une question).

Pour les analyses des enquêtes, il est utile de distinguer trois types de variables :

- **Variable nominale ou catégorie**

On parle de variable nominale lorsque les modalités d'une variable qualitative sont un ensemble de réponses simplement distinctes. On pourrait écrire cette liste dans n'importe quel ordre.

*Avec qui êtes-vous venu visiter cette exposition ?*

- Seul
- En famille
- Avec des voisins ou amis
- Avec des collègues de travail

Lorsque la variable nominale n'a que deux modalités, on l'appelle *variable dichotomique* (réponses par « oui » ou « non », « jeune » ou « vieux »...)

- **Variable ordonnée ou ordinale**

Elle est ordinale si un ordre existe entre les modalités de réponses ; celles-ci constituent un ensemble de classes ordonnées (comme les classes d'âge, de degré de faveur ou d'accord, des degrés de fréquence). Les répondants seront rangés sur une échelle ordinale.

- **Variable quantitative ou numérique**

Avec les échelles numériques ou quantitatives, non seulement les modalités de réponses sont ordonnées, mais on dispose d'une mesure avec intervalle constant : l'augmentation d'une unité a toujours la même signification. Par exemple le nombre d'enfants, l'âge, le poids sont mesurés sur des échelles quantitatives.

##### 3.2 Codification des questions fermées

Si la question comporte une seule réponse possible, un numéro de code est attribué à chaque modalité de réponse. Le mieux est de commencer à un, et de suivre l'ordre des modalités inscrites sur le questionnaire.

En cas de problèmes sentimentaux, à qui se confie-t-on de préférence ?

Code	Réponse
1	Un proche
2	Un psychologue
3	Un conseiller conjugal
4	Un imam
5	À personne
6	Non-réponse

Dans certains cas, l'enquêté peut choisir plusieurs réponses d'une liste. Dans l'exemple suivant « *sur cette liste, quelle(s) langue(s) étrangère(s) avez-vous appris pendant au moins deux années de scolarité : Anglais/Allemand/Italien/Espagnol ?* », nous pouvons lister tous les modèles de réponses, chacun sera affecté d'un numéro de code :

1. Anglais	9. Allemand/Espagnol
2. Allemand	10. Italien/Espagnol
3. Italien	11. Anglais/Allemand/Espagnol
4. Espagnol	12. Anglais/Allemand/Italien
5. Anglais/Allemand	13. Anglais/Italien/Espagnol
6. Anglais/Espagnol	14. Allemand/Italien/Espagnol
7. Anglais/Italien	15. Les quatre langues
8. Allemand/Italien	16. Aucune langue

### 3.3 Codification des questions ouvertes

#### • *Questions ouvertes quantitatives*

La valeur indiquée par le répondant est choisie comme valeur de code. De cette façon, il sera possible de décrire les données par le calcul de moyennes (âge, nombre moyen d'enfants...)

#### • *Questions ouvertes qualitatives*

Les réponses aux questions ouvertes peuvent être diverses et riches. Parfois, elles ne sont pas destinées à une analyse statistique, elles servent simplement à illustrer certains points. Il suffit alors d'établir une liste classée de réponses sans prévoir de code.

Chapitre 4 : Le recueil et l'analyse des données

Application : vous devez reconnaître le type de mesure pour les variables suivantes.

1. Êtes-vous propriétaire ou locataire de votre logement ?

.....

2. Date de naissance ?

.....

3. Vous arrive-t-il souvent, de temps en temps ou jamais de discuter politique ?

.....

4. Dans l'ensemble, à quel point êtes-vous satisfait ou pas satisfait de la vie que vous menez en ce moment ? Donnez une note de 1 à 10.

.....

5. Y a-t-il dans votre foyer des animaux domestiques ?

- un ou plusieurs chiens

- un ou plusieurs chats

- d'autres animaux

- aucun

.....

#### 4. Traiter les données

La première étape a pour objet la description simple de l'information : elle est réalisée à travers l'opération « tri à plat » c'est-à-dire le calcul de la distribution des effectifs et des pourcentages des modalités de réponses pour chaque question. Sur le tableau de données codées, il suffit de recenser dans une colonne (représentant une variable de l'enquête) le nombre d'occurrences de chaque code. Les résultats du comptage sont le plus souvent donnés sous forme de tableaux simples (un par question). Les pourcentages sont calculés par simple règle de trois (en ramenant les effectifs à la base 100).

Avec de petits échantillons, le simple décompte des effectifs est suffisant. On dira dans ce cas « tant de personnes sur les n personnes interrogées ont donné telle ou telle réponse ». Mais ce qu'on appelle « petit échantillon » est variable : une enquête statistique sur échantillon doit avoir un minimum de 80 à 100 sujets.

Lors de l'analyse des tris à plat, on ne doit pas considérer que seuls les pourcentages supérieurs à 50 % sont intéressants. L'enquête n'est pas une élection. En plus, on sait que certaines réponses peuvent être empreintes de désirabilité sociale ou influencées.

##### • *Les tableaux croisés*

L'analyse de l'enquête commence véritablement avec l'examen de tableaux prenant en compte non plus une seule variable, mais simultanément deux variables. Les tableaux croisés servent à examiner si les hypothèses formulées sont acceptables, à comparer la distribution des comportements et opinions entre sous-groupes de répondants ou à faire apparaître des associations entre réponses à des questions qualitatives.

On se demande par exemple si la distribution des réponses à la question « la culture, c'est une ouverture sur les autres » est modifiée par le niveau d'études. En croisant le degré d'accord et le niveau d'études, on obtient le tableau de contingence (ou de dépendance) ci-après dans lequel sont répartis les 786 étudiants ayant répondu aux deux questions.

	Bac+1	Bac+2	Bac+3	Bac+4 et au-delà	Total
Tout à fait d'accord	137	123	131	136	527
Plutôt d'accord	82	65	49	22	218
Plutôt pas d'accord	14	8	8	5	35
Pas du tout d'accord	2	2	1	1	6
Total	235	198	189	164	786

Comme les effectifs des groupes de niveau d'étude sont différents, les comparaisons ne sont pas directement possibles. On ramène donc les effectifs de chaque groupe à la base 100 par calcul de pourcentage.

Dans l'exemple précédent, la variable à expliquer est l'option sur la culture (variable dépendante) et le facteur explicatif est le niveau d'études (variable

indépendante). Le titre et l'indication du total (100 %) décrivent le sens des calculs des pourcentages (les colonnes).

	Bac+1	Bac+2	Bac+3	Bac+4 et au-delà	Total
Tout à fait d'accord	58 %	62 %	69 %	83 %	67 %
Plutôt d'accord	35 %	33 %	26 %	13 %	28 %
Plutôt pas d'accord/pas du tout d'accord	7 %	5 %	5 %	4 %	5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Les pourcentages étant calculés en colonnes, on va comparer les valeurs portées sur une ligne en repérant les variations et écarts par rapport à la marge.

- Sur la première ligne, le niveau Bac+1 a le plus faible score (58 %) et celui-ci augmente d'un groupe à l'autre jusqu'au niveau d'études le plus élevé (83 %).
- Sur la seconde ligne, la variation est inverse : le niveau Bac+1 a le plus fort score (35 %) et le niveau d'études le plus élevé a le score le plus faible (13 %).
- Sur la troisième ligne, les écarts sont très faibles.
- La variation est continue entre les quatre groupes, mais au niveau Bac+4 et plus, le saut est plus marqué.
- Dans les quatre groupes, on a toujours la même hiérarchie des modalités.

Vous devez bien noter que l'observation la plus intéressante d'un tableau croisé s'effectue en comparant les différents groupes ayant servi de base aux calculs des pourcentages, et non en examinant dans chacun des groupes les chiffres importants.

Dans l'exemple précédent, puisque l'échantillon est représentatif des étudiants d'une université, on peut tenter de généraliser l'observation faite sur l'échantillon et proposer des hypothèses explicatives à la liaison constatée entre le degré d'accord avec le niveau d'études : les étudiants les plus avancés ont pris de l'assurance et osent davantage s'affirmer alors que les plus jeunes tempèrent leurs réponses. On pourrait également supposer que les étudiants qui valorisent davantage l'ouverture restent davantage à l'université. Les propositions d'explications sont multiples !

Chapitre 4 : Le recueil et l'analyse des données

**Application :**

1. on a compté le nombre de réponses de chaque modalité pour la question posée aux 357 visiteurs d'une exposition : « *qu'avez-vous pensé de cette exposition ?* »

- Très intéressante            123
- Assez intéressante            202
- Peu intéressante            26
- Pas intéressante du tout    3

Donnez le tri à plat avec les pourcentages calculés par rapport aux personnes interrogées et par rapport aux répondants ainsi que les pourcentages cumulés des répondants.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### 5. Présenter les résultats

Rédiger le rapport est la dernière étape de l'enquête. L'essentiel de l'étude est effectué, mais l'analyse n'est pas nécessairement terminée. Le rapport comporte généralement une première rédaction longue, conservant le détail des procédures et des résultats. Ensuite, on entre dans le domaine de la communication avec la rédaction d'un rapport abrégé, adapté au public destinataire, écrit clairement et illustré de représentations graphiques.

1. Les premières pages : portent le titre, le commanditaire de l'étude ainsi que le nom des participants. Un résumé, un sommaire, la liste des tableaux et figures et un glossaire.

2. L'introduction : donne les raisons pour lesquelles l'enquête est conduite et ce qu'on attend (objectif). Une partie théorique pourra définir les concepts et idées utilisés. Les questions spécifiques de recherche ou les hypothèses à tester sont précisées ainsi que les limites de l'enquête.

3. Données et méthodes : précision des choix méthodologiques et techniques (caractéristiques de l'enquête, les instruments de collecte des données, les aspects logistiques, les constructions effectuées en vue de l'analyse).

4. Les résultats : sont décrits dans différents chapitres avec tableaux, graphiques, traitement statistiques ou description des données qualitatives.

5. Conclusion : elle donne le résumé et l'interprétation des résultats. Le rapport se termine par la discussion (attirer l'attention sur les points importants et les comparer à ceux d'autres enquêtes) ou même des recommandations.

6. Bibliographie : les références bibliographiques utilisées sont présentées de manière standardisée (utilisation de normes bibliographiques telles que APA ou AFNOR)

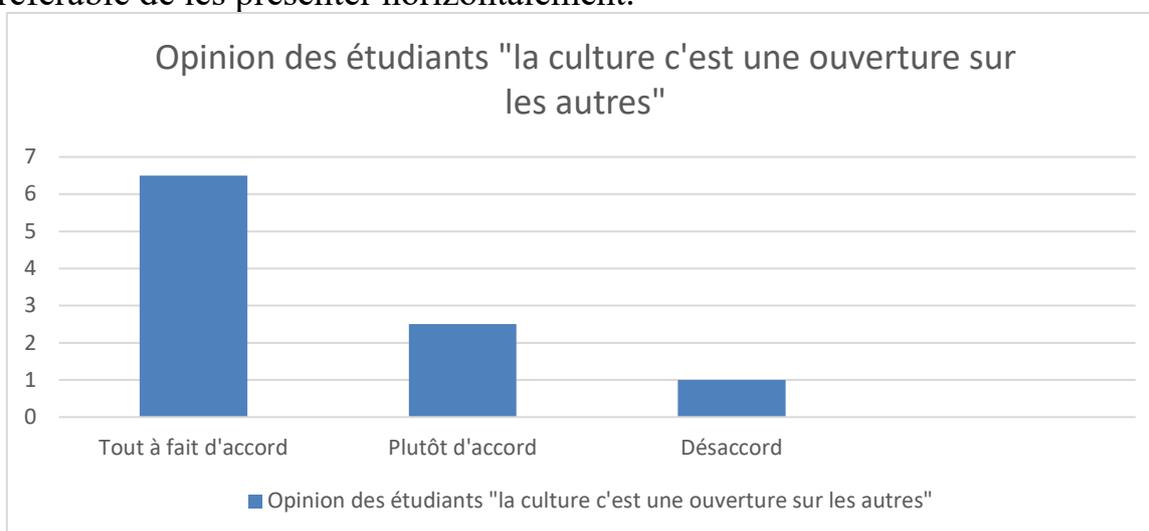
7. Annexes : on y trouve les informations qui n'ont pu être introduites dans le texte (le questionnaire, le guide de l'entretien, la description des réponses...)

Pour présenter les données avec un maximum de clarté, les tableaux donnent davantage d'informations détaillées et chiffrées alors que les graphiques ont un impact visuel important : on peut prévoir de présenter les deux, mais pas pour la même information (un graphique ne doit pas être la simple répétition d'un tableau). Les graphiques sont particulièrement utiles pour montrer la forme des distributions statistiques ou leurs variations.

La présentation des résultats sous forme graphique est souvent très éclairante pour décrire les observations. Des logiciels spécialisés proposent différents formats, avec la possibilité d'éditer le titre, les axes, la légende...

#### • *Les diagrammes en barres disjointes*

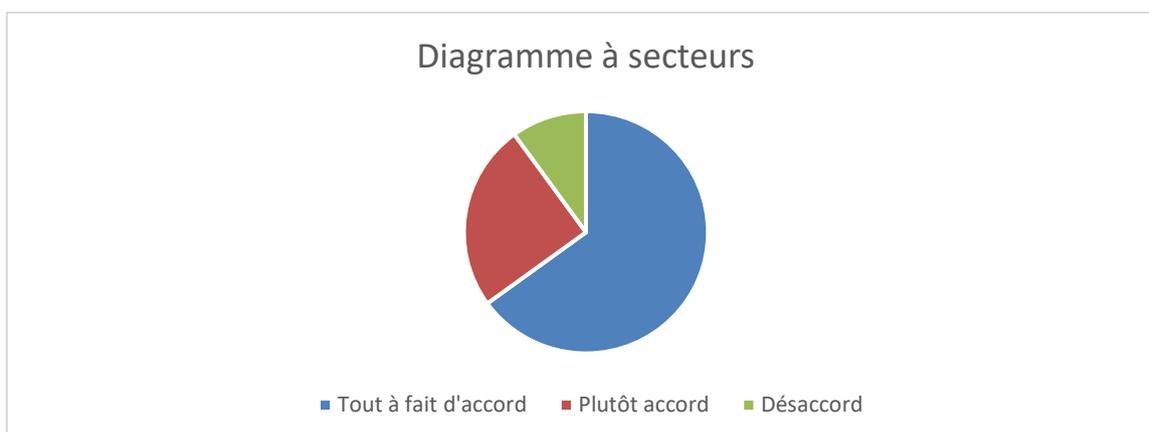
Faciles à lire et à interpréter, ils conviennent pour tout type de données. Les barres sont généralement présentées verticalement. S'il y en a plus de six ou sept, il est préférable de les présenter horizontalement.



#### • *Les diagrammes à secteurs*

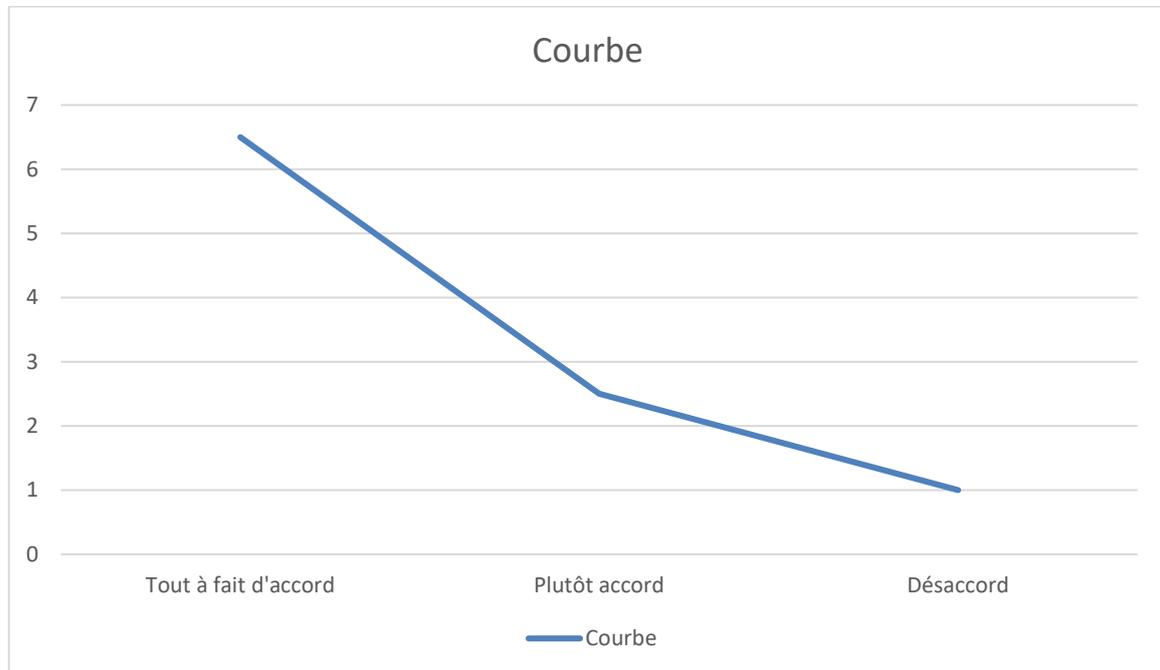
Décrivent la distribution des pourcentages à une question. Pas très faciles à construire à la main, ils sont largement proposés par les logiciels.

Ce type de représentations est particulièrement intéressant pour situer les répondants d'une modalité par rapport aux autres en attirant l'attention sur une « tranche ».



### • *Les courbes*

Les informations peuvent également être présentées sous forme d'une courbe (utilisation de deux axes : le pourcentage et l'opinion).

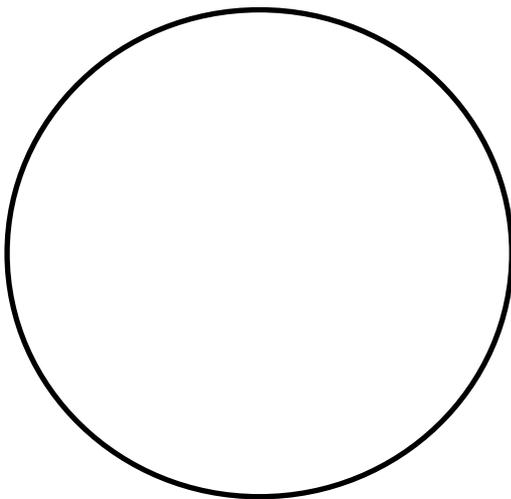


Application : proposez des représentations graphiques pour décrire les réponses aux questions suivantes d'un questionnaire posé aux usagers d'une organisation.

1. « Combien de fois êtes-vous déjà venu ici ? »

- 1 ou 2 fois 35 %
- 3 ou 4 fois 35 %
- 5 à 10 fois 20 %
- plus de 10 fois 10 %

Diagramme à secteurs



Question 1



2. « Parmi ces idées d'amélioration, laquelle vous paraît prioritaire ? » (Deux choix possibles)

- Sourire au personnel 13 %
- Rapidité de décision 50 %
- Moins de files d'attente 31 %
- Confort de l'accueil 2 %
- Plus de discrétion 15 %
- Plus de clarté sur les décisions 28 %
- suivi personnalisé 48 %

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



# BIBLIOGRAPHIE

Alami, S., Desjeux, D., & Garabuau-Moussaoui, I. (2019). *Les méthodes qualitatives* (Que sais-je?).

Berthier, N. (2016). *Les techniques d'enquête en sciences sociales* (Armand Colin).

Blanchet, A., Ghiglione, R., Massonat, J., & Trognon, A. (2013). *Les techniques d'enquête en sciences sociales Observer, interviewer, questionner* (DUNOD).

Boudon, R., & Filijeule, R. (2012). *Les méthodes en sociologie* (Que sais-je?).

Bouroche, J.-M., & Saporta, G. (1992). *L'analyse des données* (PUF).

Calvet, L.-J. (1999). *L'enquête sociolinguistique* (L'Harmattan).

Combessie, J.-C. (2007). *La méthode en sociologie* (La découverte).

Depelteau, F. (2005). *La démarche d'une recherche en sciences humaines : De la question de départ à la communication des résultats* (De Boeck).

Freyssinet-Dominjon, J. (1997). *Méthodes de recherche en sciences sociales* (Montchrestien).

Frippiat, D., & Marquis, N. (2010). Les enquêtes par Internet en sciences sociales : Un état des lieux. *Population, Vol. 65(2)*, 309-338.

Gauthier, B. (2009). *Recherche sociale : De la problématique à la collecte des données* (Presses de l'Université du Québec).

Habert, B., Nazarenko, A., & Salem, A. (1997). *Les linguistiques de corpus* (Armand Colin).

Jones, R. (2000). *Méthodes de recherche en sciences humaines* (De Boeck Université).

*L'analyse de contenu. Premiers éléments de réflexion.* (1990). CREDOC.

- Leray, C. (2008). *L'analyse de contenu* (Presses de l'université du Québec).
- Lo, I. (2012). *METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE EN SCIENCES SOCIALES*.  
<https://www.etudier.com/dissertations/M%C3%A9thodologie/467812.html>
- Long, D. (s. d.). *Introduction à la recherche*. Consulté 24 novembre 2017, à l'adresse <http://web.umoncton.ca/umcm-longd01/TheorixDownload/module11.pdf>
- Loubet Del Bayle, J.-L. (2000). *Initiation aux méthodes des sciences sociales* (L'Harmattan).
- Manuels, Q. (2012). *L'enquête sociologique* (PUF).
- Mucchielli, A., & Paillé, P. (2012). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales* (Armand Colin).
- Muller, C. (1992). *Initiation aux méthodes de la statistique linguistique* (Éditions Champion).
- Norimatsu, H., & Pigem, N. (2008). *Les techniques d'observation en sciences humaines* (Armand Colin).
- Ravelet, C. (s. d.). *Techniques d'enquêtes sociologiques*. Consulté 14 octobre 2017, à l'adresse [http://www.ins.tn/sites/default/files/pdf\\_actualites/ravelet-techniques-enquetes-sociologiques.pdf](http://www.ins.tn/sites/default/files/pdf_actualites/ravelet-techniques-enquetes-sociologiques.pdf)
- Riutort, P. (2014). 3—Les méthodes sociologiques. *Major*, 97-147.
- Sauvayre, R. (2013). *Les méthodes de l'entretien en sciences sociales* (DUNOD).
- Tremblay, M.-A. (1968). *Initiation à la recherche dans les sciences humaines*.
- Van Campenhoudt, L., & Quivy, R. (2011). *Manuel de recherche en sciences sociales* (DUNOD).

Vilatte, J.-C. (2007). *Méthodologie de l'enquête par questionnaire*.  
<https://www.etudier.com/dissertations/Jcvilatte-Le-Questionnaire-Jcv/76247707.html>

Zagré, A. (2013). *Méthodologie de la recherche en sciences sociales*  
(L'Harmattan).

### 3- Semestre 3 :

Unité d'Enseignement	VHS		V.H hebdomadaire				VHS Autres	Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	15 sem		C	TD	TP	Autres				Continu	Examen
<b>UE fondamentale</b>											
<b>UEF1(O/P)</b>											
Matière 1 Elaboration et traitement de corpus et de bases de données linguistiques	67h 30		1h 30h	3h			82h30	3	6		Examen
Matière 2 Méthodologie de la discipline	45h		1h 30	1h 30			55h	2	4		Examen
Matière 3 Sociolinguistique urbaine	45h		1h 30h	1h 30			55h	2	4		Examen
Matière 4 Les enquêtes dans les sciences humaines et sociales	45 h		1h 30	1 h 30			27h30	2	4		Examen
<b>UE méthodologie</b>											
Matière 1 Méthodologie de la Recherche 3	45 h		1h 30	1h 30h			55h	2	4		Examen
Matière 2 TICE 3	15 h		1h	-----			10h	1	1		Examen
Matière 3 Renforcement linguistique	45h		1h 30	1h 30			55h	2	4		Examen
<b>UE découverte</b>											
<b>UED1(O/P)</b>											
Matière 1 Pratiques rédactionnelles universitaires et mémoire de master	45 h		1h 30	-----			2h 30	1	1		Examen
Matière 2 Le discours scientifique, typologie et caractéristiques linguistiques	22H 30		1H 30	-----			2h 30	1	1		Examen
<b>UE transversales</b>											
Matière 2 Ethique et déontologie	22h 30		1h 30	-----			2h30	1	1		Examen
<b>Total Semestre 3</b>	375h		14 h 30	10 h 30			375h	17	30		