

Un peu d'histoire...

- Apparition dès le XIXème siècle
- Les enquêtes par questionnaire portent sur un échantillon de la population
- Instrument le plus utilisé en sciences humaine
- Coût relativement faible

Définition de l'outil

- Instrument de prise de l'information (qui se base sur l'observation et l'analyse de réponses à des questions posées)
- Outil-raccourci facile à mettre en oeuvre et très peu coûteux (temps / argent)
- Champ d'application de la méthode très vaste
- Outil quantitatif (mais peut également être utilisé dans des recherches qualitatives, en complément d'une autre technique)
- Plusieurs catégories d'enquête :
 - faits ou comportements effectifs
 - représentations, motivations, attentes, opinions..
 - enquêtes sur les styles de vie (P. Bourdieu)
 - enquêtes participations : « *recherches impliquant la participation des enquêtés à l'analyse de leur situation et de leurs problèmes et à l'élaboration d'actions éducatives susceptibles de les aider à les affronter* »

Technique de l'enquête par questionnaire

- Connaissances et savoir-faire élaborés d'une réflexion théorique et critique approfondie (savoir préalable considérable)
- 9 phases du déroulement du questionnaire :
 - 1) déterminer les objectifs et les hypothèses de recherche
 - 2) construire le questionnaire (en s'appuyant sur les connaissances préalables)
 - 3) établir un échantillon de population visé
 - 4) tester le questionnaire avec un sous-échantillon (pour vérifier la compréhension notamment)
 - 5) réaliser l'enquête auprès de l'échantillon de base
 - 6) coder le matériel récolté (selon le type de questions)
 - 7) traiter les données : calcul des fréquences, mise en oeuvre de modèles statistiques adéquats, choix et application de l'analyse de contenu
 - 8) interpréter et présenter les résultats
 - 9) vérifier la fidélité et validité des données recueillies, codées et interprétées.
- Deux formes de questions :
 - questions ouvertes : le sujet a le choix d'une réponse (il détaille, commente, explicite, utilise son propre vocabulaire et syntaxe)

- questions fermées : le sujet doit choisir parmi une liste de réponses possibles et pointe celle qui correspond le mieux à celle qu'il désire donner
- Analyse des résultats pour infirmer ou confirmer les hypothèses de départ grâce :
 - aux méthodes de la statistique inductive et descriptive (analyse en composantes principales, analyse factorielle des correspondances, etc.)
 - à l'analyse de contenu (questions ouvertes)
 - à l'analyse des « non-réponses » (ceux sans opinion, les « je ne sais pas », les refus, les incompréhensions...)

Avantages

- > substitut de l'observation directe
- > complément indispensable d'autres techniques
- > irremplaçable pour investiguer dans les comportements intimes des personnes
- > facilité d'application (parfois le seul mode d'approche possible)
- > l'information récoltée est valide pour un grand nombre de répondants

Limites

- La véracité des réponses : les réponses peuvent ne pas être « justes » / véridiques pour donner une image de soi favorable ou donner une image de soi conforme / normale
- Le sens des questions : le sens peut porter préjudice en fonction du langage du chercheur et celui de l'enquêté (les deux coïncident-ils ?). Le chercheur doit veiller à poser des questions de structure logique et sans ambiguïté.
- La pertinence du questionnaire : les enquêtés connaissent-ils ou possèdent-ils les réponses aux questions posées ?
- L'agencement des questions : le public a tendance à répondre « oui » plutôt que « non » et « d'accord » plutôt que « pas d'accord ». Ainsi, le chercheur va favoriser un agencement des questions alternées (pour atténuer l'effet de halo)
- Les refus : il existe forcément des refus lors d'une recherche mais celui-ci ne doit pas excéder 15 à 20 %
- La réalisation de l'échantillon : on ne peut s'assurer à 100 % un échantillon absolument représentatif
- Assurer la scientificité de la méthode