



Déroulement des enquêtes quantitatives et/ou qualitatives

Ce support de cours a été préparé par Franck Temporal et Joseph Larmarange en novembre 2006. Il s'agit d'un plan détaillé et non d'un cours entièrement rédigé.

Certains passages sont tirés d'un cours de Véronique Petit sur l'*Enquête par questionnaire*. Ils sont signalés par un bandeau gris sur la droite des paragraphes concernés (parties 2 et 3).

Les bandeaux gris de la partie 4 correspondent quant à eux à des extraits d'une synthèse de l'ouvrage de Beaud et Weber, et à des extraits de fiches techniques réalisées par Gubert.

Les différentes étapes d'une enquête sont présentées ici dans un ordre à peu près chronologique. Dans les faits, tous ces éléments influent les uns sur les autres. La manière dont on va envisager a priori les analyses finales vont guider la construction du questionnaire et la manière de coder les données. L'échantillonnage va avoir un impact direct sur l'élaboration du budget. La réalisation concrète de l'enquête sur le terrain peut amener à revisiter ou à formuler de nouvelles hypothèses de recherche. Etc.

Déroulement des enquêtes quantitatives et/ou qualitatives	1
1. Pourquoi une enquête ?.....	2
2. Montage initial du projet.....	2
2.1. Bilan de l'existant : biblio, données, méthodes.....	2
2.2. Problématisation / Construction de l'objet.....	2
2.3. Hypothèses et opérationnalisation	3
2.4. Protocole d'enquête.....	4
2.5. Chiffrage du budget.....	5
3. Enquête Quantitative	6
3.1. Échantillonnage.....	6
3.2. Pré-enquête qualitative.....	7
3.3. Construction du questionnaire	7
3.4. Formation des enquêteurs	7
3.5. Collecte	7
3.6. Codification	8
3.7. Saisie	9
3.8. Nettoyage	9
3.9. Choix des méthodes d'analyses.....	9
4. Enquête Qualitative.....	11
4.1. Choix de la méthode d'enquête	11
4.2. L'observation.....	12
4.3. L'entretien.....	13
4.3.1. Recrutement / Sélection des enquêtés	13
4.3.2. Préparation des grilles ou guides d'entretiens semi directifs	13
4.3.3. La collecte	14
4.3.4. L'après collecte : que faire des entretiens ?.....	14
4.3.5. Les grandes étapes du travail	14
4.3.6. Les grandes étapes de l'analyse	15
4.3.7. Les principales méthodes d'analyses	16
5. Analyses.....	16

1. Pourquoi une enquête ?

→ Réponse à une question de recherche.

Théorie du changement social : vérification empirique.

Problème méthodologique à résoudre.

→ Une demande institutionnelle ou sociale :

- Une thématique à creuser (*Les MGF en France*)
- Évaluation ponctuelle pour la mise en place ou l'évaluation de programmes (*Mise en place d'un dispositif de personnes âgées, évaluation du programme de prévention du sida auprès des prostituées du kilomètre 66*)

→ Production d'indicateurs de suivi réguliers (*Enquête emploi, Enquête Famille, Enquête emploi, EDS...*)

2. Montage initial du projet

Le montage constitue souvent le premier document écrit et formalisé. Il est alors fortement dépendant de la source de financement envisagée (réponse à un appel d'offres précis, bailleurs de fonds, ...)

Formulation différente entre une demande de financement UE, ANR, ANRS ou bien Banque Mondiale, Fnuap ou encore Collectivité Territoriale.

2.1. Bilan de l'existant : biblio, données, méthodes

Il faut vérifier ce qui a déjà été écrit sur cette thématique. Ce qui est démontré, ce qui interroge. Vérifier les données dont on dispose sur le sujet. Sont-elles disponibles, exploitables, suffisantes ? Y a-t-il des méthodes spécifiques pour aborder cette question ? Qu'est ce qui a été employé jusqu'à présent ?

Ne pas hésiter à élargir l'horizon de la recherche. *Par exemple, si on s'intéresse à la pauvreté en Guinée et que très peu d'enquêtes ont été réalisées dans le pays, on doit regarder si des travaux ont été réalisés dans des pays voisins. Comment la pauvreté a-t-elle été conceptualisée et opérationnalisée par différents auteurs ? Quelles informations de cadrage sont disponibles ? etc.*

2.2. Problématisation / Construction de l'objet

Il faut distinguer trois types d'enquêtes :

- Enquêtes spécifiques sur une thématique précise (*enquête d'un doctorant pour sa thèse particulière, l'étude de la sexualité des français à partir de 50 entretiens*). La problématisation de la recherche guide complètement la construction de l'enquête.
- Enquêtes moyennes avec différentes sous-thématiques au sein d'une thématique générale et réunissant plusieurs chercheurs. La construction de l'enquête est influencée par les différentes problématizations de chacun des chercheurs.
- Grosses enquêtes standardisées de production d'indicateurs (*EDS, Recensement de population*). Leur objectif premier est la mesure d'indicateurs standards. Elles portent sur des thématiques larges et souvent multiples. Le travail de problématisation est ultérieur à la collecte et se réalise au moment des analyses secondaires. Néanmoins, il y a une problématique générale à cette enquête, ayant essentiellement des implications d'ordre méthodologique.

La construction de l'objet de recherche va, entre autres, permettre de délimiter les limites de celui-ci. *Les migrations en tant que telle ne sont pas un objet de recherche car sujet trop général. Parle-t-on de migrations internationales, régionales, locales, sur des durées de 10 ans, de quelques mois, de quelques heures (migrations quotidiennes). Un objet de recherche pourra être par contre les migrations franco-maliennes, d'une durée de plus de 6 mois, observées depuis la France, sur la période 1990-99. Même là, encore faut-il préciser sur quels aspects portera l'étude (conditions de vie, transferts d'argent, accès à l'emploi, organisation associative...).*

La construction de l'objet incorpore le choix de la **population étudiée**, et l'inscription de la recherche dans un **espace-temps donné**. Il faut donc également **tenir compte des conditions de réalisation de l'enquête**.

La raison essentielle est qu'on ne peut analyser les données que l'on va produire, car il s'agit bien de créer des données, sans connaître le contexte de leur production.

- En effet, le contexte, les circonstances qui ont présidé à la naissance de ces données, peuvent avoir une influence, produire des biais sur notre manière d'envisager, de regarder, d'analyser ces données.
- Il faut donc être conscient des limites et des conditions de construction de son enquête en permanence.
- Le sociologue doit avoir un regard distancié sur son objet et sur lui-même, être capable de réflexivité. Il ne s'agit pas d'être neutre ou objectif (ce n'est pas possible, l'objectif est de construire, d'aller vers une objectivation, de prendre conscience de sa subjectivité).

Attention, l'objet d'étude ne constitue pas la problématique, mais ce sur quoi cette dernière porte.

Voir séance du 2 novembre après midi pour l'élaboration d'une problématique et des hypothèses.

2.3. Hypothèses et opérationnalisation

Tout l'art est ici de transformer la question générale de départ en questions de recherche spécifique, claires et précises, qui permettront une **vérification empirique** à travers l'enquête.

« *Le savant n'est pas l'homme qui fournit les vraies réponses, c'est celui qui pose les vraies questions* » remarque Claude Lévi-Strauss dans *Le cru et le cuit*.

Les questions de recherche d'une enquête peuvent être souvent 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**.

Les hypothèses sont les réponses que le chercheur propose comme réponse à la question qu'il se pose. Ensuite il va chercher à valider, à tester ces réponses. Sont-elles vraies (validation) ou fausses (invalidation) ?

Quelles sont les qualités d'une hypothèse ?

- Elle doit s'énoncer sous une forme permettant une vérification empirique.
- Une hypothèse doit se référer à des notions mesurables.
- Une hypothèse doit être plausible. Par exemple elle est rattachée à des théories (psychologiques ou sociologiques) ou bien elle 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. Lorsque apparaît davantage d'informations sur le sujet, elle peut être remise en cause et modifiée.
- Une hypothèse n'est pas une certitude : elle peut se trouver non validée par l'enquête.

Cette étape est fondamentale. Elle impose de définir les différents concepts de manière **mesurable**, autrement dit au travers d'**indicateurs**. Le choix et la construction de ces indicateurs n'est pas neutre. Elle influe considérablement ce qui va être observé et mesuré.

C'est à cette étape que l'on peut se rendre compte que certaines théories, bien que très intéressantes, ne sont pas opérationnalisables dans la mesure où les hypothèses induites ne peuvent être exprimées de manière opérationnelle.

Il faut toujours être vigilant à ce que les indicateurs retenus permettent réellement de rendre compte du concept qu'ils sont censés représenter. *Ainsi, le taux de citation du préservatif comme moyen de prévention ne peut être considéré comme un bon indicateur des connaissances sur le sida. En effet, il est bien trop réducteur. De la même manière, le type de toiture et le type de sol ne peuvent suffire à rendre compte du confort des ménages.*

Dans la recherche des indicateurs de la notion étudiée, un principe est clairement posé par Paul Lazarfeld, celui de leur multiplicité : « *la relation entre chaque indicateur et le concept fondamental étant définie en termes de probabilité et non de certitude, il est indispensable d'utiliser autant que possible un grand nombre d'indicateurs* ».

Le besoin de prendre plusieurs indicateurs repose sur deux principes :

- l'imperfection de la mesure, étant donné les conditions de déroulement de toute enquête
- l'imperfection de l'indicateur, étant donné le fait qu'aucune question ne peut jamais approcher de manière entièrement satisfaisante la notion.

2.4. Protocole d'enquête

Il est pensé dès le montage initial du projet et va décrire le déroulement de l'enquête.

Le premier choix méthodologique va consister en la mise en place d'une enquête quantitative, qualitative ou mixte.

L'enquête qu'elle soit qualitative (entretiens, histoire de vie) ou quantitative (par questionnaire) part des renseignements fournis par les sujets. Des biais sont donc possibles car, dans leurs dires, les personnes peuvent exagérer, dissimuler consciemment ou non, se méprendre, répondre au hasard.

L'enquête sociologique prend des formes bien différentes, choisir son 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 standardisé, c'est-à-dire fortement structuré.

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

Entre ces deux extrêmes, toutes les formes intermédiaires de questionnement sont possibles. La plus connue est celle de l'entretien semi-directif, mais on peut aussi avoir recours à des questionnaires plus ou moins ouverts ou au couplage de techniques.

L'enquête quantitative cherche à limiter les biais au niveau individuel dans les réponses en proposant

- un questionnaire standardisé (les questions et les items de réponses sont strictement identiques dans leur formulation et leur ordre pour l'ensemble de la population, et celle-ci doit être interrogée dans les mêmes conditions, selon la même procédure).
- L'objectif est de réduire et de contrôler l'existence de biais (de limiter le plus possible les variations inter individuelles): s'il y a un biais dans la formulation du questionnaire il touchera l'ensemble des personnes interrogées.
- Donc contrairement à l'entretien semi directif ou aux histoires de vie, l'enquête par questionnaire est une technique qui contraint à la fois l'enquêteur et l'enquêté, il ne leur ait laissé aucune marge de liberté, aucune possibilité d'initiative. Tous doivent se conformer à la même procédure d'enquête, de passation du questionnaire.

D'autre part, l'analyse n'est pas centrée sur l'individu comme dans une recherche clinique ou une étude de cas : les renseignements fournis par le sujet sont regroupés pour examiner l'effet des caractéristiques comme le sexe, l'âge, le niveau de diplôme, etc. on fera donc une analyse par catégorie de réponse, par groupe sociologique.

Tandis que l'analyse quantitative est centrée sur le groupe (un individu en tant que tel ne compte pas), l'analyse qualitative est centrée sur l'individu et cherche à l'appréhender dans toute sa complexité. Elle peut également porter sur des petits groupes (mais non des populations).

L'analyse quantitative permet de mesurer l'ampleur de phénomènes mais reste limitée pour en expliciter le sens, que l'analyse qualitative pourra approfondir.

L'analyse qualitative peut mettre en évidence des stratégies individuelles dans toute leur complexité, mais aura besoin du recours aux données quantitatives pour préciser s'il s'agit d'un comportement marginal ou général.

2.5. Chiffrage du budget

Dans le montage du projet, il est nécessaire d'évaluer le coût de l'enquête. Ce point est déterminant au sens où il déterminera le protocole et/ou la taille des échantillons.

3. Enquête Quantitative

3.1. Échantillonnage

Va dépendre de la population étudiée. Cherche-t on à être exhaustif (*Recensement*), représentatif d'une population globale (*EDS*) ou bien à comparer différents groupes (*approche épidémiologique*) ?

L'approche de comparaison de groupes cherche une représentativité de chaque groupe pris individuellement, et à ce que les biais de recrutement entre les deux groupes ne diffèrent pas. (*Enquête Ditrème Plus*).

Lorsque l'on cherche à être représentatif d'une population globale, techniques d'échantillonnage par tirage au sort dans la population mère. Nécessité de disposer d'une base de sondage (*typiquement un recensement : EDS, Enquête Famille ou bien annuaire téléphonique : enquête ENVEFF*).

En principe, un échantillon est représentatif si les unités qui le constituent ont été choisies par un procédé tel que tous les membres de la population ont la même probabilité de faire partie de l'échantillon. Si ce n'est pas le cas on dira que l'échantillon est biaisé : puisque certains individus avaient plus de chances que d'autres d'être choisis, les catégories auxquelles ils appartiennent occuperont dans l'échantillon plus de place qu'elles ne le devraient ; les caractéristiques de l'échantillon seront donc systématiquement différentes de celle de la population.

Enquête Guinée : comparaison de groupes pour le choix des villages, recensement exhaustif au sein des villages, questionnaires représentatifs au niveau du village en ayant recours au recensement du village comme base de sondage.

Le plus souvent une enquête sociologique porte sur des individus, mais il peut arriver qu'on s'intéresse à des ménages (ensemble de personnes habitant dans le même logement, sens Insee), à des entreprises, à des unités administratives, à des associations, etc. *Par exemple, si l'on veut étudier les dépenses de consommation, l'équipement électroménager ou certains problèmes familiaux, c'est le ménage qui constituera l'unité d'analyse et pas l'individu.*

Les bases de sondage disponibles, elles, ne portent pas nécessairement sur l'unité qui intéresse le chercheur. *Par exemple, on veut interroger des individus, et on ne dispose que d'un fichier logements ; on s'intéresse à des salariés et on a accès à une liste d'entreprises.*

Il y a donc lieu de distinguer les unités de sondage, que l'on trouve dans les bases disponibles, et les unités d'analyse qui sont celles sur lesquelles portent les hypothèses et qu'on désire toucher. Lorsque les deux ne coïncident pas, il faut pouvoir passer de l'une à l'autre.

Différentes manières d'échantillonner :

- sondage simple
- sondage stratifié
- sondage en grappe
- sondage par quotas

En l'absence de base de sondage, recours à des méthodes alternatives : recrutement par internet, par la presse, méthode boule de neige, par lieu... *Exemple : enquête presse gay, enquêtes prostitutions ou homosexuels en Afrique...*

Dans ce cas, l'échantillon recruté n'est pas représentatif de la population visée. Il est donc nécessaire d'étudier avec précision les biais induits par ce type de méthode pour savoir exactement sur quelle population on travaille et dans quelle mesure elle diffère de la population visée initialement.

Dans le cas d'enquêtes longitudinales, il faut être vigilant à ce que les biais, s'ils existent, restent constants dans le temps.

3.2. Pré-enquête qualitative

Avant de se lancer dans la réalisation du questionnaire, il convient de faire une pré enquête. Celle-ci permet de délimiter le champ de la recherche, d'identifier son terrain ou sa population, d'affiner les hypothèses, de définir le contenu des notions, de choisir sa population d'enquête, trois moyens complémentaires seront mis en œuvres : documentation, entretiens exploratoires et discussion.

3.3. Construction du questionnaire

Cette étape est déterminante. On ne rentrera pas dans le détail de construction d'un questionnaire dans la mesure où une séance y sera consacrée (3 mai).

Il importe que le questionnaire soit compréhensible par les personnes enquêtées, que la majorité des questions soient fermées. L'interprétation des questions et des réponses par l'enquêteur doit être réduite au minimum.

L'ordre et la manière de formuler les questions a un impact direct sur les réponses que l'on obtiendra.

Attention : ce n'est pas toujours un questionnaire posé directement aux individus. (Fiche médicale, codification des dossiers médicaux.)

Evoquer la passation d'une pré-enquête pour corriger les questionnaires.

3.4. Formation des enquêteurs

Cette étape vise à réduire au maximum les biais liés à l'enquêteur, de manière à ce que le questionnaire soit bien passé partout de la même manière.

Guide à rédiger pour les enquêteurs. Attention, la formation est différente suivant le type de support.

Le guide d'enquête ou de collecte précisera les informations prioritaires à collecter.

Exemple 1 : dans les biographies, l'ordre des événements primera sur la précision des dates.

Exemple 2 : dans les enquêtes emploi, les 3 questions relatives aux critères du chômage au sens du BIT sont essentielles (être disponible, ne pas avoir travaillé la semaine de référence, chercher effectivement un emploi).

Pour les enquêtes auto-administrés, le questionnaires doit être mis en forme de manière à ce qu'il soit compréhensible pour le plus grand nombre (nombre de réponses possibles, filtres...).

Sur une grosse enquête, on trouve des superviseurs qui vérifient « en temps réel » les biais liés à la formulation des questions par chaque enquêteur ou à leur manière de remplir le questionnaire et d'interpréter les réponses des enquêtés.

Dans le cas d'enquêtes dans une langue étrangère, il importe également de former les interprètes pour qu'ils soient le plus fidèle à la réponse des enquêtés (cf. séance 1^{er} mars)

3.5. Collecte

Plusieurs modes de collectes existent et vont influencer directement sur le mode d'échantillonnage, la conception du questionnaire, les taux de réponses, le coût de l'enquête et la sincérité des réponses.

Le choix d'un mode de collecte doit être adapté à l'objet de recherche, à la thématique ainsi qu'au contexte.

Les principaux modes de passation sont :

- Face à face
- Téléphone
- Auto-administré (papier ou internet)
- Par un professionnel

Quel que soit le mode, la consigne de présentation est déterminante pour la suite du questionnaire et doit être élaborée avec le plus grand soin.

Par ailleurs, il existe d'autres modes de collecte d'informations que le questionnaire qui sont divers et variés (*Comptage de voyageurs ou de manifestants et plus généralement analyse de comportements, dossiers médicaux, analyse quantitative de corpus...*).

Prévoir toujours dans les questionnaires de quoi recueillir les conditions de collectes, remarque particulière, nom enquêteur, jour, lieu, heure...

C'est la réalisation concrète de l'enquête où il est nécessaire d'ajuster en permanence tout ce qui été conçu et préparé jusqu'à maintenant.

Les problèmes que l'on peut rencontrer sont variés et nombreux, que ce soit d'ordre logistiques, méthodologiques ou même relationnels.

3.6. Codification

Cette étape vise à transformer une série de questions et de réponses en variables codées informatiquement afin d'être exploitables pour l'analyse statistique.

Les données vont se présenter usuellement sous la forme d'un tableau dont chaque colonne correspond à une variable et chaque ligne à un individu (au sens statistique du terme). Chaque variable ne peut donc prendre qu'une seule valeur.

Le nom des variables doit être explicites ou répondre à une logique claire. Si une question doit se décomposer en plusieurs variables, on pourra leur donner le même nom, *par exemple v14*, suivi d'une lettre, *v14a v14b v14c*. Si l'on procède ainsi, on procédera de la même manière pour toute la base. Une même logique doit être utilisée partout.

La codification peut être réalisée sous la forme de lettres ou de chiffres. Il est fortement recommandé d'avoir recours à des chiffres, dans la mesure où cela évite les erreurs liées aux minuscules et majuscules d'une part, et permet de recoder plus facilement d'autre part (en ayant recours à des comparaisons numériques). La logique de codification doit être constante. On codera Oui/Non par 1/0 ou par 1/2, mais pas un mélange des deux.

Pour les questions à choix multiples, il y a trois possibilités :

- Une variable de type Oui/Non par modalité
- Une variable pour la première réponse, une autre pour la seconde, etc. (l'ordre ne compte pas)
- Une variable de type géométrique.

Si l'ordre des réponses importe (question hiérarchique) :

- Une variable pour la première réponse, une autre pour la seconde, etc.
- Une variable donnant le rang de la première modalité, une donnant le rang de la seconde, etc.

Quand un ensemble de variables se répètent pour des objets statistiques de même temps (*par exemple, variables sexe et âge pour chaque enfant d'une femme*), il est préférable de leur donner le même nom suivi d'un numéro d'ordre (*les EDS utilisent par exemple \$01, \$02, \$03 etc.*).

Une variable doit toujours être renseignée. Dans les situations où elle ne l'est pas, il faut convenir d'un code qui précise pourquoi. *Par exemple :*

- 96 *Ne sais pas*
- 97 *Non concerné*
- 98 *Absence d'Information*
- 99 *Refus de répondre*

Le code doit être le même partout mais peut être adapté pour certaines variables chiffrées : 996, 997, 998 et 999 par exemple pour une variable âge.

Pour les questions ouvertes (*votre emploi, non précodé*), il faut décider si la codification a lieu à cette étape, ou bien s'il convient de saisir textuellement ce qui a été écrit dans le questionnaire, la codification étant réalisée ultérieurement si besoin.

Chaque questionnaire doit disposer d'un identifiant unique. Typiquement, ils sont construits de la forme : numéro d'enquête – numéro de région – numéro de ménage – numéro de l'individu.

L'identifiant permet non seulement de lier la version informatique d'un questionnaire à sa version papier, mais permet également de vérifier si un questionnaire n'a pas été saisi deux fois et de lier différentes tables entre elles. Avec l'identifiant de l'individu, je peux retrouver son numéro de ménage et lui lier ainsi les informations relatives à ce dernier.

La codification est fondamentale, car elle consiste à simplifier la réalité sous formes de modalités afin de permettre l'analyse statistique, mais supprime en même temps de l'information. Il s'agit de trouver un compromis afin de garder une information à la fois exploitable et pertinente.

3.7. Saisie

Cette étape, tout comme la précédente, est souvent rébarbative et répétitive. Elle nécessite une attention permanente de la part des opérateurs de saisie afin d'éviter les fautes de saisie. Si la codification et/ou la saisie sont mal réalisées, l'enquête sera au final inexploitable.

Les erreurs de saisie peuvent être réduites de manière importante avec l'utilisation d'un masque de saisie qui vérifiera si les données entrées correspondent à des valeurs possibles et si elles sont cohérentes (vérification des filtres).

Une autre méthode consiste à saisir les questionnaires deux fois, puis à comparer les deux saisies et corriger ensuite chaque écart observé. Cette méthode efficace est coûteuse en terme de temps et donc en argent.

Aujourd'hui, plusieurs outils informatiques (ordinateurs portables, PDA, ...) permettent d'assister la collecte des données et de réaliser simultanément la codification et la saisie. L'enquêteur, ou l'enquêté, coche directement les réponses sur un écran. Les données sont vérifiées en temps réel et les filtres sont respectés. Seules les questions concernées sont affichées.

Cependant, ces outils nécessitent d'une part d'avoir le matériel adéquat, mais également d'avoir testé les questionnaires et les masques informatiques et vérifié en détail qu'il n'y avait aucune erreur. En effet, l'enquêteur ne peut en aucun cas modifier le questionnaire ou faire une inscription dans la marge en cas d'erreur.

3.8. Nettoyage

Cette étape vise à détecter et corriger les erreurs de codification et de saisie. Idéalement, elle ne devrait pas exister.

La cohérence des données et des filtres est vérifiée. En cas d'erreur, on peut :

- aller vérifier dans les questionnaires papiers (si on en dispose et si les erreurs sont peu importantes),
- procéder à des corrections selon des hypothèses de vraisemblance,
- coder les valeurs incorrectes en valeurs manquantes,
- supprimer un ou plusieurs questionnaires dont on doute sérieusement de la bonne foi de l'enquêté.

3.9. Choix des méthodes d'analyses

A cette étape, on va élaborer le plan de tabulation. Il s'agit de la liste des différents tableaux que l'on devra produire pour réaliser les analyses souhaitées.

Pour chaque tableau, il faudra préciser s'il porte sur l'ensemble de l'échantillon ou sur un sous-ensemble (par exemple selon une question filtre).

Quel type de tableau sera construit :

- Tri à plat
- Tri croisé (nombre de dimension, pourcentages en lignes ou en colonnes...)
- Test du Chi²
- Régressions logistiques
- Etc.

Il peut également s'agir de graphiques. Auquel cas, quel tableau devra être construit pour procéder à la représentation graphique choisie ?

Certains indicateurs seront calculés à cette étape à partir d'autres variables. Dans certains cas, il sera nécessaire de procéder à des recodifications de variables (regroupement de valeurs par exemple).

Les différentes analyses quantitatives seront abordées dans plusieurs séances : utilisation d'Excel, construction d'un tableau, représentations graphiques, tests statistiques, régression logistique...

4. Enquête Qualitative

Cette partie de la séance est principalement extraite d'une synthèse de l'ouvrage de Stéphane Beaud et Florence Weber, *Guide de l'enquête de terrain*. Paris La découverte 2003. (pp 235-290) disponible sur le site de l'université de Fribourg à l'adresse suivante en format pdf :

http://www.unifr.ch/socsem/cours/compte_rendu/M%E9thodo.analyse.entretiens.pdf

Les parties relatives à la grille d'observation et à la grille d'entretien sont extraites des fiches techniques du cours de Laurent Gubert « Méthodes qualitatives en sciences sociales » de l'Ecole Normale Supérieure de Cachan disponibles à l'adresse suivante : http://www.melissa.ens-cachan.fr/article.php3?id_article=926

Les passages extraits sont signalés par un bandeau gris sur la droite des paragraphes concernés.

4.1. Choix de la méthode d'enquête

Les différentes méthodes : Observation, observation participante, entretiens (directif, semi-directif, Non-directifs) entretiens individuels ou collectifs, récits de vie, intervention sociologique (A Touraine, F. Dubet), etc.

Aucune méthode n'est meilleure que les autres et il est souvent nécessaire de multiplier les points de vue et les approches.

Le choix et la pertinence de la méthode dépendent entièrement des objectifs poursuivis, du thème abordé et des moyens disponibles.

Si les enquêtes quantitatives par sondage fournissent des ordres de grandeur, des indications de tendances, permettent d'établir des comparaisons et d'observer des relations entre les variables, elles sont incapable de déceler des phénomènes trop faibles quantitativement, elles permettent difficilement de traduire la diversité des pratiques en fonction des contextes et d'appréhender directement la multiplicité des logiques, mécanismes, processus à l'oeuvre derrière les différents usages.

D'où le recours aux approches qualitatives et notamment à la réalisation d'entretiens ou d'observations pour dénouer ce type de problèmes.

Au cours de cette séance, nous aborderons seulement les deux principales méthodes de l'enquête qualitative que sont les entretiens qualitatifs et l'observation.

-L'approche par entretien (directifs, semi-directifs ou non directifs) peut fournir des éléments de compréhension nouveaux quand il s'agit d'itinéraires, de comportements, de modalités, de stratégies et de contexte de pratiques notamment. Le recours aux entretiens est particulièrement adapté quand on souhaite reconstituer des histoires de pratiquants, analyser les trajectoires des individus, les moments et les raisons qui guident leur parcours.

La méthode des récits de vie qui consiste à prendre pour fil conducteur l'histoire de la vie des personnes interrogées peut se révéler particulièrement pertinente.

Dans certains cas, il peut être intéressant de mener des entretiens de groupes pour créer une dynamique ou pour observer des interactions entre individus.

-L'approche par observation, le plus souvent employée en complément de l'enquête par entretien est issue des méthodes de l'anthropologie. Elle consiste en un long travail de description et d'interprétation, elle peut mettre en lumière la complexité de pratiques sociales, de rituels, d'interactions, souvent même dans leurs aspects tellement ordinaires qu'ils finissent par passer inaperçus, considérés comme « naturels » par les acteurs.

Exemple d'observations : observation d'une cérémonie (mariage, fête de Noël, jour de l'an) d'une pratique sociale/d'une interaction (choix de sa place dans les transports publics, une relation familiale etc.), des lieux ou des objets, etc.

4.2. L'observation

« L'observation sans armes est vide, l'observation trop armée n'apprend rien : c'est à vous de construire ce que vous devrez vérifier. On n'observe pas sans référence, sans points de repères. » (Beaud et Weber, 2003)

Principes de base :

- S'efforcer de rendre familier ce qui est étranger et de rendre étranger ce qui est familier
- Concevoir la « grille » ou le « guide » d'observation comme un produit de la recherche (c'est-à-dire qu'elle ne peut en aucune façon être « conçue/inventée » avant d'avoir été sur le terrain).

-La grille d'approche :

Il s'agit de la première définition des grandes catégories de recueil de l'information, les grandes propriétés de la situation analysée. A cette étape, l'observateur ne définit que les grands cadres d'analyse issue de sa propre perception de l'objet de la recherche. L'objectif est de permettre d'inventorier l'ensemble des phénomènes observés : personnes, objets, description de l'environnement, actions, interactions, etc.

-La grille systématique :

Ici, il s'agit de définir un plan d'observation plus ordonné et détaillé avec pour objectif de mieux identifier les éléments les plus intéressants et les plus significatifs à observer.

En résumé, au départ on observe globalement l'ensemble des éléments et au fur et à mesure on sélectionne des éléments/séquences/interactions de plus en plus précis pour ne retenir au final que certaines dimensions qui doivent faire l'objet d'une étude minutieuse et continue. On réduit le champ de la recherche et on redéfinit donc son objet de recherche et sa problématique en allant toujours du général au particulier.

En pratique, la grille d'observation est composée d'un ensemble de catégories (elles-mêmes constituées de sous catégories) qui sont ordonnées et regroupées en fonction des questions de départ qui guident la recherche. La problématique s'affine et se définit réellement à partir du travail d'observation.

La feuille d'observation doit nécessairement contenir : la date, l'heure, les circonstances particulières de l'observation, l'identification des personnes (par un surnom) et la durée de l'observation. Dans certains cas, il peut également être intéressant de donner un nom à la séquence observée.

-Les limites de la grille d'observation :

- Risque de s'enfermer dans un cadre trop rigide
- Risque d'élaborer trop tôt un plan d'observation
- Risque de manquer de place pour la prise de notes, d'où la nécessité de ne pas seulement chercher à remplir la grille mais aussi de prendre des notes sur un petit carnet (à spirale de préférence, avec une feuille par catégories/idées) en prenant soin de toujours laisser de la place pour des commentaires

La tenue d'un journal de terrain (comprenant les notes, observations, commentaires) est nécessaire.

4.3. L'entretien

« L'essentiel est de gagner la confiance de l'enquêté (...) » (Beaud et Weber, 2003)

4.3.1. Recrutement / Sélection des enquêtés

On recrute qui ? Quand ? De quelle manière ? Par quels biais ? Où ? Dans quel contexte ?
Quelle sera donc la population étudiée ? Fais-t-on des groupes de comparaison ? Comment ?
Quels sont les biais sur la représentativité des données collectées ?

La manière de recruter une personne pour un entretien est très importante, **la consigne de présentation** est essentielle, c'est à partir d'un courte phrase permettant de se présenter et de présenter le cadre et les objectifs de la recherche que l'interviewé va se faire une idée de l'interlocuteur et du cadre dans lequel s'insère l'entretien. La consigne de présentation peut avoir une influence déterminante sur le déroulement de l'entretien et le discours de l'interviewé, notamment sur des sujets sensibles.

La consigne de présentation doit être minutieusement réfléchi et soignée. Sans aller jusqu'à mentir, certaine fois, il peut être utile de ne pas donner tout les éléments de présentation de la recherche (cadre, objectifs, commanditaires, etc.).

La présentation peut également être adaptée selon les publics et/ou les objectifs des entretiens.

4.3.2. Préparation des grilles ou guides d'entretiens semi directifs

Principes de base :

- Préparer l'instauration « d'une écoute active et méthodique, aussi éloignée que possible de l'entretien non directif que du dirigisme du questionnaire » (Bourdieu, « La misère du monde » 1993)
- Concevoir la grille non pas comme un outils de planification de l'échange avec l'interviewé, mais comme un aide mémoire dont la fonction première est de rassurer l'interviewer.

La construction de la grille consiste à préparer une liste de questions cohérentes et pertinentes avec l'objet de recherche défini. Ces questions doivent avoir du sens par rapport à la problématique mais doivent également faire « sens » pour l'interviewé, elles doivent être directement intelligibles.

Ainsi, les questionnements parfois abstraits de l'enquêteur doivent être reformulés, traduits, sous une forme simple et compréhensible de manière à pouvoir nourrir, orienter subtilement l'échange avec l'enquêté.

Les questions doivent être ouvertes et neutres, il faut bannir toute forme d'opinion, ou d'imposition d'un discours. Il faut éviter de suggérer les réponses par une formulation ou une attitude de l'enquêteur. Les oui/non sont interdits.

La grille d'entretien doit suivre une progression logique, les questions sont préparées et ordonnées. Il vaut mieux commencer par les questions les plus générales et les moins gênantes, mettre progressivement à l'aise l'interviewé.

Il faut également éviter de passer du coq à l'âne et d'être subtil dans les relances.

Le contenu de la grille (tout comme l'objet de la recherche) peut être adapté/complété/approfondi au fil des entretiens.

Le principal avantage de la grille d'entretien est de réduire le risque de « panique » de l'enquêteur, qui grâce à elle ne se trouve jamais vraiment en manque de questions.

Outre le côté rassurant, la grille peut asseoir une certaine légitimité (gage de scientificité, de sérieux) de l'enquêteur par rapport à l'interviewé. Mais attention, notamment dans les milieux populaires, l'utilisation systématique du guide peut au contraire accroître la distance entre l'interviewé et l'interviewer et nuire à la mise en place d'une relation de confiance.

Dans tout les cas, l'utilisation de la grille doit être souple et discrète, il ne s'agit pas de mener un interrogatoire et de réduire l'interviewé à un simple rôle de « répondant » (ce qui est très éloigné du principe de semi-directivité)

La grille peut également nuire aux capacités d'écoutes de l'enquêteur et réduire son attention aux éléments non verbaux de l'interviewé (regards, gestes, attitudes).

Enfin, il faut laisser le plus possible la libre parole à l'interviewé, les digressions ne sont pas toutes hors sujets, elles peuvent être une source d'information inattendue, il faut donc laisser le temps au discours de se développer sur la base d'association d'idée ou de détours.

Aussi, si les relances et recadrages demeurent nécessaires en cas de dérive, elles ne doivent pas être trop rapides et toujours subtilement amenés, afin de ne pas passer à côté d'informations essentielles qui peuvent amener à redéfinir le champ d'investigation et les hypothèses.

4.3.3. La collecte

Idéalement les entretiens sont enregistrés puis retranscrits. L'enregistrement de l'entretien n'empêche pas la prise de notes complémentaires (impressions, observations, commentaires) qui pourra faciliter ensuite le travail d'analyse. Ces notes doivent décrire précisément le contexte (lieu, moment, conditions) dans lequel s'effectue l'entretien.

L'enquêteur doit adopter un position d'écoute attentive, d'ouverture en essayant de ne pas influencer l'interviewé par ses regards, gestes, et attitudes.

4.3.4. L'après collecte : que faire des entretiens ?

Les outils à disposition :

« Vous avez trois outils à votre disposition : l'écriture, notation et transcription, qui transforme enquête, entretiens, impressions en documents qui objective, qui permet la mise à distance, le recul, la mise à plat ; la lecture critique, qui rapporte des documents à leur contexte, qui repère et décrypte les allusions, les malentendus, les contradictions ; les références croisées ; le classement qui met en fiche des éléments tirés de documents disparates, qui fait apparaître des relations invisibles aux enquêtés, extérieur à l'interaction.

[...]

L'écriture, d'abord (...) va transformer les entretiens en texte ; puis la lecture critique s'applique à ces textes (...) ; le classement enfin, efficace tout au long de l'enquête, va transformer ces premiers textes (journal, transcriptions d'entretiens) en matériaux à décortiquer, à désosser, à désarticuler. Ce n'est qu'alors que vous pourrez vous atteler à la rédaction finale. » (Beaud et Weber, La découverte 2003, pp. 235-236)

4.3.5. Les grandes étapes du travail

- Classer le matériel, en faire un inventaire
- Transcrire les entretiens
- Chercher à mettre en relation les données et leur contexte

a) Etablir une liste des entretiens

Le matériel est inégalement utilisable, il importe donc de hiérarchiser les entretiens en fonction de leur intérêt pour l'enquête. Ce classement doit être fait en fonction de vos souvenirs personnels et en se posant toujours la question du : pour quoi faire ?

Inutile de foncer tête baissée dans une retranscription « tout azimut », « tête baissée ».

Dès cette étape, il peut être utile de préparer **une fiche signalétique/fiche résumé** de chaque entretien comprenant obligatoirement : le prénom/surnom de l'enquêté, la durée de l'entretien, le lieu de l'entretien, les grandes lignes du contexte. Cette fiche sera complétée/corrigée dans les étapes suivantes

b) Retranscrire et commencer le travail d'analyse au moment de la retranscription

Mis à part les entretiens informatifs ou exploratoires (dont le seul but est souvent d'obtenir des informations sur le thème de la recherche) où on peut seulement prendre des notes partielles, il est conseillé de retranscrire intégralement les entretiens approfondis (en repérant les hésitations, blancs, silences...).

c) Lire en entier l'entretien approfondi retranscrit

Déroulement d'une enquête

Cette première lecture doit s'accompagner de prise de notes/premier brouillon (impressions, tonalité d'ensemble de l'entretien, premières idées d'analyses, etc.)

d) Lire les entretiens stylo en main : souligner, annoter, entourer les expressions marquantes

e) Lire l'entretien plus en détail, paragraphe par paragraphe et sélectionner les extraits les plus intéressants et en faire un premier commentaire.

f) Rédiger un commentaire d'entretien à partir des différents brouillons

Affiner la fiche signalétique en présentant les caractéristiques de l'interviewé, le contexte (l'entretien se déroule toujours dans un lieu et à un moment donné) et la dynamique de l'entretien. Noter ce qui fait la spécificité de cet entretien par rapport aux autres.

4.3.6. Les grandes étapes de l'analyse

Analyse entretien par entretien

a) Restituer le contexte

Le contexte n'apparaît pas dans l'entretien retranscrit sous forme de texte, il faut le restituer.

Il faut également établir le détail des caractéristiques de la personne à partir des données (ce détail aura plus ou moins d'importance selon les enquêtes)

b) Décrire et analyser les relations d'enquête

Du moment de la première prise de contact jusqu'à la fin de l'entretien décrire les grandes interactions enquêteur/enquêté, décrire le comportement de l'enquêté, sa façon de parler, ses gestes, la dynamique générale de l'entretien.

c) Analyser le déroulement de l'entretien

Un entretien n'est jamais linéaire, il commence souvent par un « round d'observation » où l'enquêté est prudent puis arrive un moment où il se lâche, se libère où il change de posture. Il aborde des thèmes nouveaux, change de ton, etc. Certaines informations dissimulées au début de l'entretien peuvent être développées plus tard.

Il faut bien identifier et repérer ces points d'inflexion, ces moments où la parole de l'enquêté change de statut (changement dans le registre du langage par exemple : ton soutenu au début puis peu à peu langage ordinaire) et essayer de comprendre pourquoi ce changement.

d) Interpréter les données

Ne pas chercher à théoriser ou à généraliser « à tout prix ». Le terrain ne doit pas disparaître sous les concepts, à l'inverse les concepts doivent éclairer le terrain.

Recouper les informations.

Mettre en rapport les positions objectives et les points de vue subjectifs (distinguer les faits objectifs et les jugements sur ces faits).

Il faut faire attention aux silences, non-dits et au ton.

Repérer les malentendus et essayer de les élucider (en partant du principe que rien n'est jamais dû au hasard mais à une raison (sociologique).

Comprendre pourquoi ?

Analyse de plusieurs entretiens

d) Interpréter les données (suite)

Comparer les matériaux entre eux pour faire émerger une problématique.

Le but est de confronter les différents documents et de la reclasser selon un ordre logique en dépassant les cas particuliers et en privilégiant les questions conceptuelles auxquelles ces cas apportent des éléments de réponse.

Il faut également essayer de comprendre les liens logiques entre les questions dégagées. L'idée ici, n'est pas d'établir un cadre théorique trop rigide où on se contenterait de mettre les données dans des cases, il faut plutôt se laisser guider par le travail d'interprétation des matériaux. Il faut trouver un juste

équilibre entre « théorie » et « données empiriques », ces dernières doivent permettre de faire avancer des hypothèses.

Constitution d'une grille d'analyse, qui comprend des catégories et de sous catégories à analyser.

4.3.7. Les principales méthodes d'analyses

Il ne s'agit pas ici de passer en revue les différentes méthodes d'analyse qualitatives, tant elles sont nombreuses et varient en fonction des questions que l'on se pose, de la méthode de la collecte, du corpus dont on dispose, du cadre théorique, etc.

Au cours de cette séance on dressera un simple aperçu succinct des principales méthodes.

L'analyse de contenu :

Elle implique des hypothèses, elle est guidée par les objectifs de l'analyse et nécessite donc une part d'interprétation. L'analyse de contenu n'est pas neutre, le choix de la méthode d'analyse oriente les résultats de la recherche, en ce sens il constitue l'ultime étape de la construction de l'objet de la recherche.

- *Analyse entretien par entretien :*
Ici, on fait l'hypothèse que chaque cas particulier, chaque singularité permet de décrire le **processus** que l'on veut analyser. L'analyse par entretien permet notamment d'analyser des modes d'organisation individuels, des processus à l'origine d'une action par exemple. On recherche ici une cohérence singulière.
- *Analyse thématique :*
Ici, à l'inverse de l'analyse entretien par entretien, on cherche plutôt ce qui d'un entretien à l'autre se réfère à un **même thème**. Cette analyse est pertinente quand on cherche à mettre en œuvre des modèles explicatifs de pratiques ou de représentations et non pas d'actions. Les thèmes à analyser comme la grille d'analyse sont identifiés à partir des hypothèses descriptives de la recherche.

Quelques méthodes d'analyse :

- Analyse lexicale,
- Analyse structurale du discours,
- Utilisation de logiciels : Shoebox, analyse statistique des champs lexicaux avec le logiciel Alceste, etc. etc.

5. Analyses

Analyses primaires, rapports et analyses secondaires.