

- La planification des entretiens ou de la passation du questionnaire : ex : je souhaite faire, en milieu scolaire, des entretiens sur une cantine scolaire pour des enfants de CM2 issus de classes socio-professionnelles défavorisées (on peut enquêter dans une ZEP). Il me sera nécessaire au préalable de faire les démarches administratives d'autorisation auprès de la mairie de quartier. Je planifierai ensuite mon intervention. En effet, je ne pourrai pas réaliser mon enquête si le personnel n'a pas été prévenu au préalable de ma venue et que le centre social ou autre lieu ne s'est pas organisé pour la circonstance.

Attention : certains lieux sont des propriétés privées et nécessitent au préalable des accords pour effectuer des enquêtes.

Exemple : je veux faire une enquête sur « l'adoption d'enfant(s) par des couples homosexuels » auprès du grand public. Par commodité et pour avoir une représentativité des personnes (diversité d'âge, de sexe, de catégorie socio-professionnelle, de lieu d'habitation, etc.), je souhaite faire mon enquête sur le parking d'un hypermarché ou dans une galerie marchande. Ces lieux ne sont pas publics et nécessitent des accords préalables, même si le thème n'est pas en relation directe avec l'activité professionnelle de commerce.

2.3. Déterminer l'importance et les caractéristiques de la population à enquêter

Le nombre de personnes à enquêter va dépendre du type d'enquête que l'on souhaite faire. On distingue, schématiquement, deux types d'enquête :

- les enquêtes qualitatives (ou entretiens) qui permettent de recueillir par des méthodes spécifiques les discours des personnes enquêtées sur un thème précis. Les entretiens, du fait de l'importance des informations recueillies, ne permettent pas d'obtenir un grand nombre de personnes enquêtées. L'analyse privilégie les sens (diverses idées et interprétations) que les personnes émettent sur le thème étudié. Il s'agit d'une approche compréhensive : comprendre ce qui fait sens chez les personnes, comment elles articulent des éléments du thème, les relations qu'elles créent entre elles, etc. Pour ce type d'enquête, le nombre de personnes à enquêter varie entre 5 personnes minima et 30 personnes maxima. Généralement le nombre moyen de personnes est entre 15 et 20.

- les enquêtes quantitatives (ou questionnaires) qui permettent de recueillir un grand nombre de réponses sur des questions précises pour pouvoir comparer statistiquement les réponses apportées en fonction de l'âge, du sexe, de la catégorie socio-professionnelle des personnes, etc. Cette méthode (pour plus de précisions, voir chapitre 2.) permet d'obtenir un grand nombre de réponses sur des échantillons de personnes très importants. Ces réponses sont obtenues à partir de questions préétablies, administrées de manière similaire et systématique, qui permettent aux personnes enquêtées de se positionner sur des catégories possibles de réponses. Le nombre de personnes peut être très important (minimum 50 personnes, pas de maximum).

Attention : les enquêtes quantitatives sont généralement précédées d'une enquête qualitative exploratoire, dont le but est de faire préciser différents aspects du thème étudié et les mots les plus souvent employés par la population de l'enquête pour valider et préciser les premières hypothèses de travail. Cette enquête qualitative exploratoire permet de construire le questionnaire. Le nombre de personnes est compris généralement entre 5 et 10.

Le type de personnes à enquêter va dépendre de la population que l'on souhaite cibler. On distingue, schématiquement, deux types de population :

- le grand public ;
- des groupes sociaux particuliers. Par exemple : personnes âgées, jeunes de quartiers défavorisés, assistantes sociales d'un secteur géographique, etc.
En fonction de la population que l'on souhaite étudier, l'enquêteur va devoir définir un échantillon pour s'assurer que les personnes interrogées sont représentatives de la population enquêtée.

Définition : un échantillon est un groupe de personnes restreint possédant des caractéristiques identiques à la population de référence (on parle de population parente).

On construit un échantillon lorsque la population à enquêter est numériquement trop importante. Par exemple, on souhaite effectuer une enquête auprès de parents sur le thème : « Pour ou contre la fessée des jeunes enfants ? ». Le nombre de parents étant dans l'absolu trop important, l'enquêteur va devoir identifier certaines caractéristiques des parents (âge des parents, nombre d'enfants, etc.) permettant de sélectionner un nombre déterminé de parents à voir selon des caractéristiques précises.

Les caractéristiques de l'échantillon pourraient alors être les suivantes : 10 couples de parents entre 20 et 25 ans ayant un seul enfant ; 10 couples de parents entre 20 et 25 ans ayant au moins 3 enfants ; 10 couples de parents entre 30 et 35 ans ayant un seul enfant ; 10 couples de parents entre 30 et 35 ans ayant au moins trois enfants ; etc.

Si on veut effectuer cette enquête auprès du grand public, l'échantillon peut alors revêtir des caractéristiques tout à fait différentes (sexe et âge des personnes enquêtées, statut familial, etc.) selon les aspects que veut privilégier l'enquêteur.

Les caractéristiques de l'échantillon pourraient alors être les suivantes : 10 femmes célibataires entre 20 et 25 ans ; 10 femmes mariées entre 20 et 25 ans ; 10 femmes divorcées entre 20 et 25 ans ; 10 hommes célibataires entre 20 et 25 ans, etc. On peut bien sûr intégrer dans cette construction le fait d'avoir ou de ne pas avoir d'enfant, le nombre d'enfants, etc.

La construction de l'échantillon est toujours effectuée par l'enquêteur en fonction de la pertinence qu'il accorde pour son thème d'étude à différentes variables (importance de l'âge ou du sexe sur les réponses des participants, par exemple). On voit bien dans l'exemple précédent que le fait de réaliser l'enquête uniquement sur des parents (cas 1) ou auprès du grand public (cas 2) a des conséquences directes sur les caractéristiques des personnes de l'échantillon. La généralisation (extrapolation) des résultats de l'étude dépendra bien sûr de l'échantillon choisi.

Attention : dans certains cas, la construction de l'échantillon n'a pas de sens. Exemple : réaliser une enquête auprès de l'ensemble des salariés d'une collectivité locale de 60 personnes. Le nombre de personnes n'étant pas très important, tous les salariés peuvent participer à l'enquête.

Méthode de construction de l'échantillon

Nous distinguons schématiquement trois techniques de construction d'un échantillon.

2.5.1. Première technique : tirage aléatoire parmi une liste

Pour réaliser un tirage au hasard d'un nombre restreint de personnes à enquêter parmi une population parente, l'enquêteur doit disposer d'un listing complet de toutes les personnes appartenant à la population parente. Exemple : une municipalité de 2500 personnes réalisant une enquête auprès des personnes de plus de 15 ans sur