**L’enquête de terrain**

1. **L’enquête par questionnaire**
2. **Définition**

Le questionnaire est un outil d’investigation, une technique de collecte de données utiles sur un sujet auprès des répondants. Il est composé d’une série de questions dont les réponses seront traitées et analysées en vue de comprendre un phénomène.

Les informations obtenues peuvent être analysées à travers un tableau statistique ou un graphique.

1. **Objectifs du questionnaire**

L’intérêt principal de l’enquête par questionnaire est de rassembler une grande quantité d’informations, auprès d’un nombre important d’individus.

*Ghiglione*[[1]](#footnote-1) distingue les objectifs suivants :

1 : L’estimation : il s’agit d’une collecte de données, d’une énumération de ces données. C’est la démarche la plus élémentaire dans le questionnaire. On ne cherche pas à comprendre les données, on cherche à les mettre à plat.  
2 : La description : il s’agit de retirer des informations qui décrivent les phénomènes subjectifs qui sous-tendent les phénomènes objectifs et d’expliquer ainsi les phénomènes objectifs, comme les motivations, les représentations et les opinions.

3 : La vérification d’une hypothèse : il s’agit ici d’une démarche déductive, le questionnaire devient un outil pour confirmer ou infirmer une hypothèse.  
La valeur d’un questionnaire dépend des objectifs sous-jacents à l’étude.

1. **Les étapes d’élaboration du questionnaire**

**A : Définir l’objet de l’enquête :** Sur quoi porte l’enquête, ainsi que les moyens matériels.

**B :** **Les objectifs et les hypothèses de l’enquête :** Qu’est-ce que l’on cherche à mettre en évidence, qu’est-ce que l’on veut vérifier ? La définition des objectifs est impossible sans définition des hypothèses générales de l’enquête.  
**C : Déterminer la population d’enquête ou l’univers de l’enquête :** On appelle l’univers de l’enquête l’ensemble du groupe humain concerné par les objectifs de l’enquête. L’univers de l’enquête ou la population de l’enquête est l’ensemble du groupe de personnes ciblées par l’enquête. Il est nécessaire de préciser les caractéristiques précises de cette population (Age, sexe, etc.)

**D :** **Déterminer l’échantillon :** C’est-à-dire combien d’individus seront retenus par rapport à l’univers. L’échantillon regroupe l’ensemble des sujets qui seront interrogés dans le cadre de l’enquête. Il doit impérativement être **représentatif de la population ciblée** pour que les résultats de l’étude puissent être généralisés.

**E :** **Le projet du questionnaire :** Il s’agit de poser les questions principales par rapport à l’objet de l’enquête.

**F :** **Le prétest :** Il s’agit d’une phase fondamentale, souvent négligée, qui consiste à mettre à l’épreuve le questionnaire par rapport à quelques individus. Autrement dit de tester le questionnaire, c’est-à-dire de le soumettre à quelques individus afin d’évaluer sa qualité, sa faisabilité et sa compréhension auprès des personnes interrogées. Les feedbacks des testeurs permettent d’apporter des éléments de correction au questionnaire pour le rendre plus intelligible.

**G : La rédaction définitive du questionnaire**

Grâce aux commentaires issus du pré-test, il faut rédiger définitivement le questionnaire qui sera soumis aux enquêtés.

**H : Le choix du mode d’administration**

Il existe différents modes d’administration du questionnaire :

* Par l’enquêteur lui-même qui pose les questions aux enquêtés et note les réponses en face à face ou par téléphone.
* Administrer un questionnaire en ligne.

**I : Le dépouillement et le codage des résultats**

**J- L’analyse des résultats en relation avec les objectifs de l’enquête.**

Il s’agit d’interpréter les données, d’établir des relations entre différentes variables. Ces données peuvent être analysées à partir d’outils statistiques. L’analyse des résultats va permettre de confirmer ou d’infirmer les hypothèses de recherche.

1. Ghiglione, R. (1987). Les techniques d’enquêtes en sciences sociales. Paris: Dunod. [↑](#footnote-ref-1)