

1. Identifions le thème de l'enquête

Toute enquête commence par une interrogation générale (par exemple, les « jeunes et la sexualité ») ou aborder des questions spécifiques à l'intérieur d'un thème. L'enquête peut être réalisée soit suite à des questions que se posent des commanditaires, soit suite à des questions que se posent directement les personnes qui vont effectuer l'enquête pour leur compte personnel. Ces questions ou interrogations sont souvent nombreuses, variées et confuses, abordant d'emblée des aspects très différents (exemples : « les modes de contraception chez les jeunes », « les comportements sexuels à risques », « sexualité et fidélité », « sexualité et âge », etc.) et pas toujours compatibles dans une seule et même enquête. Le premier objectif sera donc de clarifier et de spécifier le plus possible le thème ou le besoin ciblé par l'enquête.

1.1. Bien préciser le thème de l'étude

L'objet de l'enquête doit être le plus possible précisé au préalable par l'enquêteur pour pouvoir interroger les personnes sur le **thème principal** qu'il étudie. Ainsi, si c'est la relation entre « sexualité et fidélité » qui intéresse l'enquêteur, le questionnement s'articulera sur certaines questions en priorité et évitera des questions plus hors sujet.

Dans ce sens l'objet de l'étude est préalablement orienté et construit par l'enquêteur. C'est l'approche que va adopter l'enquêteur qui va créer l'objet d'enquête. Cet objet d'enquête n'existe jamais en soi. Ainsi, si le botaniste classe le hanneton parmi le genre des coléoptères en fonction d'une méthode et de critères de classement que l'entomologie a créés (insectes broyeurs à quatre ailes), le hanneton qui existe dans la nature ne sait pas que l'entomologie existe, ni qu'il est classé parmi les coléoptères. Par cet exemple, on voit bien que c'est le regard du biologiste porté sur les choses et la méthode d'approche qui construisent l'objet. Il en est de même en enquête sociale. Cette approche va permettre de mettre en place une méthode de recueil et de traitement appropriée. Dans ce sens, le point de vue et la méthode d'enquête sont comparables au plan de l'architecte et aux travaux de construction qui permettent de partir d'éléments de base (pierres, briques, etc.) de construire un bâtiment. Comme le disait Poincaré, « un tas de pierre ne constitue pas une maison ». Par analogie, des informations disparates recueillies sans logique précise ne constitueront jamais une enquête pertinente.

1.2. Bien différencier les enquêtes de descriptions d'objets, d'opinions ou de comportements des personnes

Une fois le thème de l'enquête bien défini, il est nécessaire de s'interroger sur les éléments d'informations que l'on estime les plus pertinents à recueillir. On peut schématiser trois grandes catégories d'informations :

- des informations permettant de citer et de caractériser un objet ou de donner des préférences sur un objet.
Exemples : « Citez-moi des grands vins de Bordeaux », « Quelles sont pour vous les qualités essentielles d'un bon Bordeaux ? », « Préférez-vous un grand cru de Bordeaux à un grand cru de Bourgogne ? », etc.
- des informations exprimant des opinions personnelles ou des attitudes. L'opinion exprime une prise de position sur un thème donné. L'attitude exprime un ensemble de croyances stables sur un objet.
Exemples : « Êtes-vous favorable à la suppression de la publicité sur l'alcool à la télévision ? » « Êtes-vous pour ou contre l'interdiction de vendre des cigarettes aux mineurs ? » etc.
- des informations sur des comportements.
Exemples : « Combien fumez-vous de cigarettes par jour ? » ; « Combien de verres de vin buvez-vous par repas ? », etc.

En fonction du thème de l'étude et de ce que l'on veut mettre en évidence, on peut soit utiliser toutes ces catégories de questions ensemble (faire alors un panachage en équilibrant leur nombre), soit opter pour un recueil d'informations centré uniquement sur des descriptions d'un objet, des opinions des personnes ou sur des comportements de personnes.

Attention : L'orientation des questions conduit à des informations totalement différentes. Il est donc nécessaire si on est intéressé uniquement par les opinions d'un groupe social de ne pas construire son enquête sur des questions de description ou de comportement et vice versa.

Il est aussi primordial de ne pas interpréter des informations de description comme étant des informations d'attitude ou de comportement et vice versa. Ainsi, comme étant des informations d'attitude ou de comportement et vice versa. Ainsi, une personne qui cite beaucoup de grands vins de Bordeaux (informations de description), ne signifie pas nécessairement que cette personne soit un amateur de grands vins, voire même que cette personne boive du vin (informations de comportement).

De même, une personne qui est favorable à l'interdiction de fumer sur les lieux publics (information d'opinion) ne signifie pas qu'elle ne fume pas (information de comportement), ou qui déclare que la cigarette est dangereuse pour la santé (information de description) ne signifie pas non plus qu'elle veuille s'arrêter de fumer (information de comportement).

Ces exemples soulignent les risques d'interprétation hâtive souvent constatée dans les enquêtes réalisées par des personnes non spécialisées.

Il est important de s'en tenir aux faits : c'est-à-dire aux réponses des personnes sans les interpréter de manière abusive.

Dernière remarque, les informations que nous avons développées jusqu'à présent appartiennent au domaine des représentations. La représentation est un « discours sur », suite à ce que la personne pense d'un objet, suite à un vécu, une impression, un comportement, etc. La représentation exprime une idée. En enquête il est aussi possible d'observer directement les comportements (faits réels) grâce à des indicateurs comme nous le verrons ultérieurement.