

METHODES AU
SERVICE DE
L'EDUCATION
POUR LA SANTE

MICHÈLE HAP

7

L'ENQUETE PAR QUESTIONNAIRE

UNE MÉTHODE DE COLLECTE
DE DONNÉES

L'A.P.E.S.

ASSOCIATION POUR LA PROMOTION DE L'EDUCATION POUR LA SANTE

Son objectif

Promouvoir la qualité méthodologique des programmes d'actions d'éducation et de promotion de la santé dans la Communauté Française par l'assistance méthodologique, l'information et la formation des personnes et des associations.

Ses services

LA CELLULE SCIENTIFIQUE INTERUNIVERSITAIRE DE CONSEILS EN METHODOLOGIE

Vous avez des idées, des projets.

Vous réalisez déjà des activités de promotion et d'éducation pour la santé et vous désirez en évaluer les résultats.

Notre cellule est là pour vous aider à résoudre vos problèmes selon vos besoins et vos ressources.

LA COLLECTION "METHODES AU SERVICE DE L'EDUCATION POUR LA SANTE"

En collaboration avec la revue Education Santé.

Pour plus d'informations: Michel Demarteau, A.P.E.S., Sart Tilman - Bât. B 23, 4000 Liège. Tél.: 041/56 28 97.

AVERTISSEMENT

La collection "Méthodes au Service de l'Education pour la Santé" s'adresse à toutes les personnes qui sont ou qui deviennent "éducateur pour la santé": parent, enseignant, personnel de santé, travailleur social, journaliste,...

Nous voulons les aider à découvrir et utiliser des méthodes simples et concrètes pour réussir leurs projets.

Vous trouverez, dans cette collection:

- une présentation de méthodes dans un cadre théorique;
- l'utilité de ces méthodes dans le champ de l'éducation pour la santé;
- des exemples concrets d'application;
- des références pour compléter ou approfondir votre information.

ATTENTION!

Nous avons choisi volontairement de proposer des documents brefs, faciles à consulter et à lire par un public non spécialisé. Chaque brochure ne peut, dès lors, faire le tour d'une question ni l'approfondir.

C'est au fil de la collection qu'apparaîtront la diversité et la richesse des méthodes présentées.

Chaque auteur assume la responsabilité de ce qu'il écrit.

La Cellule Interuniversitaire de Conseils en méthodologie.

INTRODUCTION

Dans le cadre de l'éducation pour la santé, il est souvent nécessaire de recueillir des informations à divers moments de la préparation et de la réalisation d'une action: pour analyser un problème à propos duquel on envisage d'agir, pour élaborer une stratégie et choisir des modes d'action, ou encore pour évaluer les effets d'une intervention.

De plus, si l'on veut faire de la prévention sur base d'une conception globale de la santé, les informations à rassembler se situent dans des domaines variés et les méthodes d'investigation sont multiples. (*)

En particulier, lorsqu'il s'agit de «sensibiliser» une population ou un groupe d'individus pour les amener, par exemple, à améliorer ou à modifier leurs habitudes alimentaires, il y a lieu de connaître les différents facteurs qui influencent et qui induisent ces conduites.

Pour ce faire, on peut effectuer une **recherche documentaire** pour obtenir les données existantes sur le sujet (par exemple: données statistiques sur la composition de la population, données épidémiologiques, etc...). La pratique sur le terrain peut permettre d'effectuer des **observations** enregistrées d'une manière plus ou moins systématique.

On peut également réaliser des **interviews individuels** ou en groupe avec des membres de la population considérée pour comprendre comment ils appréhendent le problème de l'alimentation, etc...

Cependant, tous ces éléments ne suffisent pas toujours pour cerner et décrire les multiples variables qui sous-tendent les conduites individuelles.

En conséquence, on envisage de **mener une enquête auprès de la population visée** afin de recueillir des informations qui aideront à répondre à des questions telles que, par exemple: Qu'est-ce que les individus connaissent sur la nutrition et l'équilibre alimentaire? Comment perçoivent-ils l'alimentation? Quelles valeurs lui associent-ils? Quelles sont leurs attitudes et leurs motivations en la matière? Quelles sont leurs habitudes «déclarées»? Est-ce que les éléments exprimés varient d'une personne à l'autre et quelles sont les caractéristiques individuelles qui s'y associent ou permettent de prédire ces variations? Ou à l'inverse, est-ce que divers sous-groupes (déterminés, par exemple, en fonction du sexe ou de l'âge) expriment des attitudes différentes?

De plus, si on a réalisé une action, on désirera savoir également si elle a été perçue par une part importante du public, par quel type de personnes elle l'a été davantage, comment elle a été accueillie, s'il est probable qu'elle ait produit certains effets et sur qui, etc...

(*) Cf. dans la même collection, DEMARTEAU M., «L'A.P.P.R.E.T., une technique pour construire des programmes d'éducation à la santé» qui décrit les facteurs à prendre en compte pour l'élaboration de programmes et recense diverses sources d'information à exploiter.

Pour obtenir ces informations, il faudra donc **interroger des individus appartenant à la population étudiée** et, pour pouvoir comparer et rassembler les réponses obtenues, il faudra **poser à chacun des questions identiques, formulées de la même manière et le faire dans des conditions d'enquête les plus semblables possibles.**

Ceci requiert donc de **mettre au point un processus d'enquête par questionnaire standardisé** permettant de recueillir des données quantifiables.

L'objet du présent document est d'expliquer de manière simple quels sont les **principes et éléments à prendre en compte et quelles sont les principales étapes nécessaires pour élaborer une stratégie d'enquête et rédiger le questionnaire** qui en sera l'outil de collecte des données. (*)

L'exposé se structure en deux parties:

1. Principes et champ d'application de l'enquête par questionnaire.
2. L'élaboration d'une stratégie d'enquête comprenant la réalisation d'un questionnaire.

1. PRINCIPES ET CHAMP D'APPLICATION DE L'ENQUETE PAR QUESTIONNAIRE

1.1. Définition

L'enquête par questionnaire est un moyen pour **recueillir des informations**:

- **au sujet** d'une population ou d'un groupe de personnes;
- **et de la part** d'individus faisant partie de cette population ou de ce groupe;
- **en entrant en relation** avec chacun de ces individus;
- de la **manière** la plus **standardisée** possible;
- par le biais d'un **système de questions-réponses**.

Cette méthode de collecte de données constitue donc à la fois un **moyen de communication** et un **outil de connaissance**. Elle permet d'obtenir des réponses individuelles à des questions posées, mais non pas de faire des observations «objectives» sur des faits réels.

En principe, les réponses exprimées par un individu sont:

- indépendantes de celles des autres personnes interrogées;

(*) Le traitement et l'exploitation des données quantitatives recueillies selon cette méthode font l'objet d'un document de la même collection (à paraître).

- dépendantes du sujet de la question, des caractéristiques individuelles que l'on veut mettre en évidence par cette question, et aussi de sa formulation, du contexte ou des conditions d'enquêtes dans lesquelles elle est posée, de la manière dont l'individu questionné perçoit la tâche qui lui est demandée.

1.2. Les types d'informations appréhendées au moyen de l'enquête par questionnaire

Il faut distinguer:

- les informations que l'on veut obtenir par l'enquête sur les facteurs qui s'associent et/ou induisent les conduites individuelles;

- les informations que l'on peut obtenir par les types de questions posées.

A) LES FACTEURS INDUCTEURS DES CONDUITES INDIVIDUELLES

D'une manière simplifiée, une conduite, ou un ensemble de comportements dans un domaine particulier de l'activité humaine (par exemple: la nutrition ou la consommation de boissons), peut être induite par les trois catégories de facteurs suivants:

- *les caractéristiques individuelles objectives* (que l'on ne peut modifier par une action): l'âge, le sexe, les facteurs héréditaires,...

- *les facteurs socio-culturels* comprenant:

* les caractéristiques sociales de l'individu: profession, revenu, niveau d'instruction, habitat, composition du ménage,...

* les représentations, les croyances, les normes et valeurs socialement transmises,...

* les pratiques socialement valorisées, les traditions, les rôles sociaux (par exemple être mère de famille peut conférer un rôle de responsabilité concernant la santé des enfants; les traditions culinaires peuvent varier selon l'habitat ou le milieu socio-culturel...).

- *les variables personnelles évolutives* (qui peuvent être modifiées par une action):

* les connaissances

* la perception des expériences personnelles antérieures (par exemple expérience de conduite en état d'ivresse et sans problème)

* les attitudes

* les motivations, les valeurs, les aspirations...

L'enquête par questionnaire permet de **mettre en évidence et de décrire**:

- des éléments faisant partie de **ces trois catégories de**

facteurs;

- les **conduites et les habitudes comportementales** telles qu'elles sont **déclarées** par les personnes interrogées.

Toutefois, elle ne permet pas d'appréhender les comportements en tant que faits d'observation.

B) LES TYPES DE QUESTIONS À POSER

En fonction de leur contenu, les questions utilisées dans un questionnaire peuvent être classées en trois catégories:

- les questions de connaissances,

- les questions d'opinions,

- les questions d'identification des individus.

Les questions de connaissances portent sur des aspects d'une réalité ou d'un problème qui peuvent être objectivés et décrits en utilisant des éléments d'un savoir reconnu comme tel par ceux qui conçoivent l'enquête (par exemple, connaître la quantité d'alcool contenu dans un verre de bière, la définition du terme «oligo-élément» telle qu'elle a été donnée dans un cours, le slogan d'une campagne anti-tabac).

Elles fournissent des indices sur le niveau de connaissances des répondants à propos de divers objets étudiés. Les réponses obtenues à ces questions peuvent être jugées bonnes ou mauvaises, exactes ou inexactes, par rapport à une réponse préétablie et considérée comme modèle pour l'évaluation.

Les questions d'opinion portent sur des éléments à étudier qui peuvent être appréhendés d'un point de vue personnel et subjectif.

Elles permettent d'obtenir des informations sur:

* les opinions, avis ou préférences exprimés avec plus ou moins de conviction ou de constance sur le sujet de la question;

* les attitudes, c'est-à-dire des dispositions ou tendances plus profondément installées qu'une simple opinion. Elles peuvent être révélées par des réponses à plusieurs questions d'opinions qui varient en bloc (par exemple, une attitude active à l'égard de sa propre santé peut être déduite de plusieurs réponses d'opinion telles que croire à l'importance du mode de vie, juger utiles des examens médicaux préventifs, être partisan de l'exercice physique...);

* les valeurs, les attentes, les motivations, les intentions d'agir...;

* les habitudes et comportements déclarés dans la mesure où leur description provient d'une évaluation subjective effectuée par la personne interrogée à propos de sa propre conduite.

En principe, les réponses obtenues ne sont pas jugées comme étant «bonnes» ou «mauvaises», mais on évalue la fréquence des diverses opinions exprimées, leur degré d'ancrage ou de fermeté, le niveau de cohérence des attitudes, des comportements déclarés, etc...

Les questions d'identification ont pour objet de connaître les **caractéristiques individuelles objectives** et les **caractéristiques sociales** des personnes interrogées. Elles portent sur des éléments que l'on peut considérer comme des «faits» qui ne sont pas ou peu modifiables directement par l'action que l'on compte mener ou que l'on mène déjà.

En général, ces questions sont rassemblées dans une partie définie du questionnaire appelée **signalétique** ou «fiche d'identification du répondant». Elles permettent de ranger les personnes interrogées dans diverses catégories, de comparer les données recueillies par catégorie (par exemple, classement par sexe, par classe d'âge, par catégorie socio-professionnelle) ou encore d'identifier les individus qui donnent les mêmes réponses à une ou plusieurs questions (par exemple, qui sont les personnes qui disent avoir l'intention de suivre une formation proposée?).

C) L'UTILISATION DES RÉPONSES OBTENUES

Les réponses exprimées par les personnes interrogées constituent des **indices** qui peuvent être utilisés pour **décrire des caractéristiques d'un individu et celles du groupe étudié**.

Ces indices peuvent être **évalués**, au niveau individuel, **par rapport à des réponses** dont la signification a été **pré-établie** en fonction de **critères extérieurs** à la personne interrogée. Par exemple on décide à l'avance que le fait de déclarer être «tout à fait d'accord» avec l'interdiction de fumer dans les écoles dénote d'un degré «x» (à définir) de sensibilisation au problème du tabagisme; on fixe les éléments constitutifs d'une «bonne» réponse à une question de connaissance.

On peut aussi **comparer** et **ranger** les réponses individuelles pour définir la composition du groupe par rapport à ces critères extérieurs.

Ces indices permettent **d'identifier** et de **décrire** divers **facteurs et variables personnelles** qui pourraient intervenir au niveau des conduites individuelles. Par exemple un jeune de 16 ans déclare que «sortir avec des copains» est «son plaisir préféré» et, par ailleurs, il dit «boire de la bière tous les jours».

Les liaisons entre les réponses d'un individu à des questions distinctes et la nature de ces liaisons ne sont pas données directement par le questionnaire. Il y a des «blancs» entre les éléments exprimés et pour pouvoir estimer les relations possibles entre ceux-ci, il faut **rassembler et comparer** les réponses obtenues dans le groupe.

De la sorte, on obtient **la fréquence d'une réponse** à une question donnée et on peut également connaître **la fréquence des corrélations entre plusieurs réponses**.

Les informations obtenues par questionnaire permettent ainsi **d'estimer les probabilités pour qu'il existe des relations entre des facteurs identifiés et pour que ceux-ci soient prédictors d'une certaine conduite individuelle**.

Toutefois, ces seules données ne suffisent pas pour comprendre et expliquer les mécanismes selon lesquels se structurent ces conduites. Pour effectuer cette **démarche compréhensive**,

il faut utiliser une méthode d'enquête qualitative basée sur **l'entretien** libre ou semi-dirigé, individuel ou en groupe (*)

De plus, si les réponses à un questionnaire peuvent fournir des indicateurs au sujet des conduites et des habitudes, elles ne sont pas à considérer comme des descriptions de **comportements réels** des individus; ceci requiert de recourir à une méthode **d'observation** «sur le terrain».

N.B.: Lorsque l'on veut, en particulier, explorer des sujets en rapport avec la santé (ou l'hygiène...), il est très important de tenir compte de ces restrictions.

En effet, il arrive souvent que les individus sachent ce qu'il faut faire, quels sont les pratiques recommandées. Ils déclarent donc comme étant leurs «habitudes» personnelles une norme qu'ils jugent valorisante mais qu'ils ne suivent pas complètement dans leur vie quotidienne. Exemple: il est difficile de savoir par une simple question standardisée à quelle fréquence la personne interrogée se brosse les dents car «tout le monde sait» qu'il faut le faire «au moins une fois par jour» et cette personne peut craindre de s'avouer «malpropre» ou «négligente si elle reconnaît ne pas le faire.

Pour analyser un problème dans le domaine de la santé, il est souvent nécessaire d'utiliser plusieurs méthodes de collecte de données de manière complémentaire.

A partir de ces quelques éléments, on voit que la **méthode d'enquête par questionnaire s'applique à un champ de connaissance spécifique**. Il faut donc être conscient de ses limites et préciser ce que l'on cherche à savoir pour décider de la choisir ou non comme outil d'investigation.

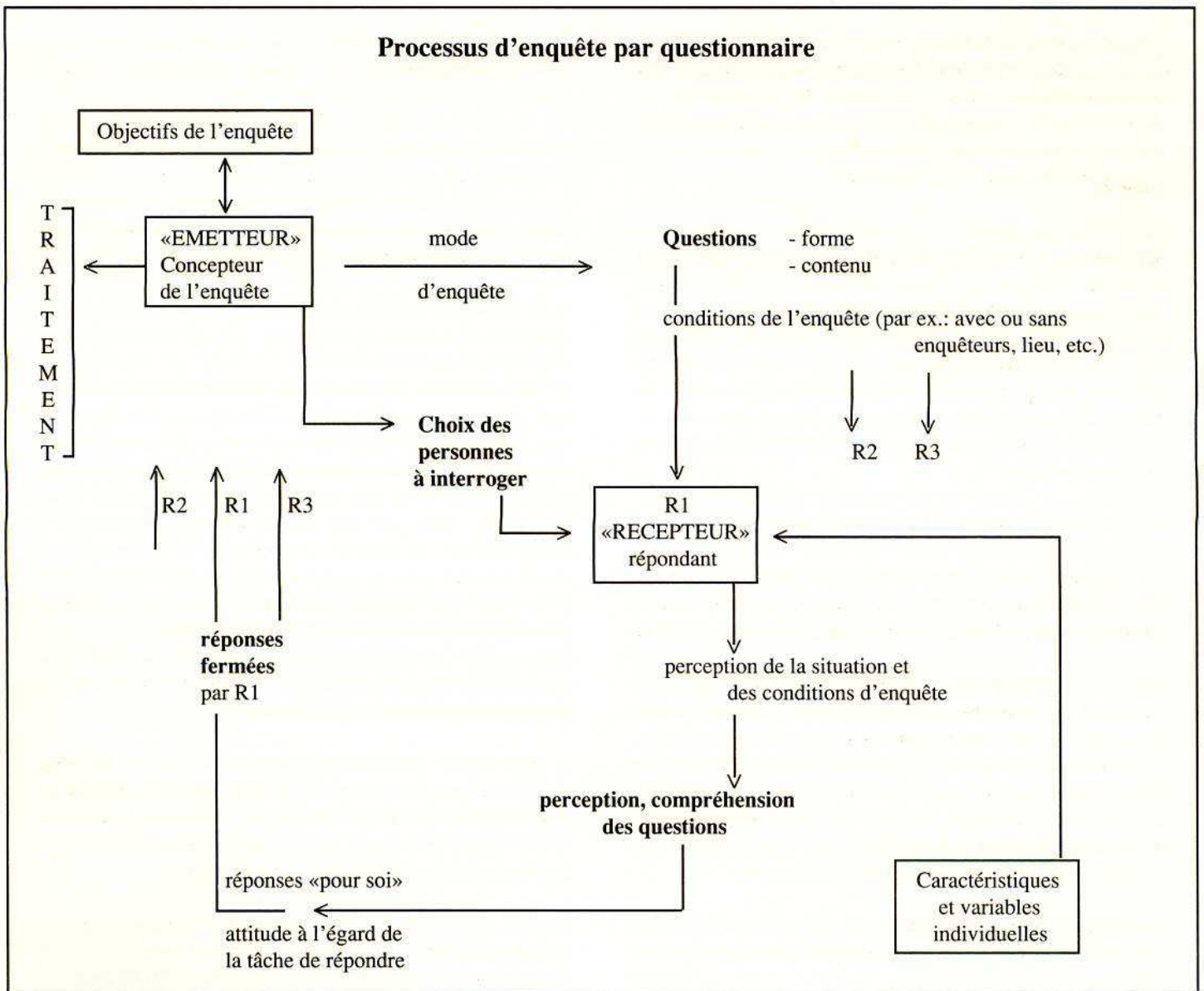
De plus, le principe de cette méthode est **d'entrer en relation** avec des individus faisant partie du groupe que l'on désire étudier de sorte que la **qualité des informations** qui pourront être recueillies va dépendre à la fois du **choix des personnes interrogées** et du **processus de communication mis en oeuvre**, c'est-à-dire des divers éléments constitutifs du **processus d'enquête**.

1.3. Les éléments constitutifs du processus d'enquête par questionnaire

Pour mener une enquête par questionnaire, il ne suffit pas de rédiger une liste de questions et de les poser au hasard des rencontres ou à des personnes qui semblent «avoir envie» de s'exprimer sur un sujet. Il faut mettre au point un processus d'enquête intégré en tenant compte des divers éléments qui le constituent et qui peuvent être schématisés comme suit.

(*) Un document traitant de cette méthode est disponible dans la même collection. Cf. HENDRICKX F., PIETTE D., «Une proposition de dialogue. Guide pratique sur l'entretien semi-dirigé en éducation pour la Santé.», Collection APES, 1989.

Processus d'enquête par questionnaire



Lorsque l'on interroge une personne, on voudrait idéalement pouvoir capter des réalités « constantes et objectives » qui soient propres à cette personne et indépendantes de la situation d'enquête. Or, ce que l'on obtient, c'est une réponse exprimée dans un contexte donné et en réaction à une question posée de l'extérieur.

En fait, la tâche qui est demandée au répondant consiste à :

- accepter de communiquer dans un système questions-réponses;
- se poser à lui-même les questions posées, les comprendre et y réfléchir;
- accepter d'exprimer la réponse qu'il se fait à lui-même avec sincérité;
- traduire fidèlement la réponse sous la forme requise dans le questionnaire.

Dès lors, la valeur des réponses obtenues va dépendre non

seulement du contenu des questions mais aussi de leur formulation et des conditions dans lesquelles elles sont posées.

Ceci requiert donc **d'établir avec soin le contenu et la forme du questionnaire et de définir en même temps la manière dont il doit être administré.**

De plus, les informations recueillies auprès de chaque individu doivent être **comparables** et, pour ce faire, il faut **standardiser la formulation des questions et les conditions d'enquête.**

Enfin, la **validité** (mesurer ce que l'on veut mesurer) et la **fiabilité** (les conditions dans lesquelles les données sont valables et leur degré de précision) des données pour mettre en évidence les caractéristiques d'un groupe d'individus dépendent **du choix, défini au préalable, de l'ensemble des personnes à interroger.**

Tout ceci revient donc à élaborer une **stratégie d'enquête** en fonction des objectifs de la collecte de données.

2. L'ELABORATION D'UN PROCESSUS D'ENQUETE PAR QUESTIONNAIRE

2.1. Décider de mener une enquête par questionnaire

Définir l'objet de l'enquête: étudier QUOI? A propos de QUI? A quoi vont servir les informations?

Faire l'inventaire des moyens disponibles et des contraintes: délais, budget, ressources matérielles et humaines.

Rechercher les informations existantes: QUOI? Sont-elles suffisantes?

2.2. Déterminer les objectifs et les hypothèses de travail

Avec éventuellement une pré-enquête par entretien. Que veut-on savoir? Que voudrait-on montrer et comparer?

2.3. Déterminer la population considérée pour l'enquête

A quel groupe les répondants doivent-ils appartenir?

2.4. Construire l'échantillon

Choisir un **mode de sélection**.

Définir la **taille** de l'échantillon.

2.5. Choisir un mode d'enquête

Choisir le **mode d'administration** du questionnaire en fonction des types de répondants à contacter, des objectifs de l'enquête.

Planifier l'enquête: nombre de phases, lieu, moment, délai, contacter les enquêteurs éventuels, prévoir le dépouillement.

2.6. Elaborer un projet de questionnaire

Cela doit se faire parallèlement à 2.5.

Faire une liste des contenus: sujets et objets des questions.

Choisir les formes des questions: ouvertes (réponses libres) ou fermées, types de réponses prévus...

Mettre les questions en forme et rédiger les consignes pour répondre.

Structurer le questionnaire: introduction, ordre des questions, signalétique.

2.7. Pré-tester le projet de questionnaire

(auprès d'un échantillon restreint de personnes ayant les mêmes caractéristiques que les futurs répondants et dans les mêmes conditions d'enquête).

2.8. Rédiger le questionnaire définitif

Améliorer le questionnaire si nécessaire.

Mettre en page.

Précoder les questions.

2.9. Former les enquêteurs

Rédiger les instructions destinées aux enquêteurs.

Les réunir pour un briefing et, si besoin, une formation à la technique d'enquête.

2.10. Réaliser l'enquête par questionnaire

Suivre le déroulement de l'enquête.

NE PLUS RIEN CHANGER DES QUESTIONS ET DES CONDITIONS D'ENQUETE.

2.1. Décider de mener une enquête par questionnaire

Un processus d'enquête par questionnaire ne s'improvise pas. Pour décider d'adopter cette méthode, il faut rassembler les éléments dont on peut disposer en se posant les questions suivantes:

OBJET - Quel est le problème que l'on veut étudier et pour quoi faire?

MOYENS - Quels sont les moyens disponibles pour effectuer une enquête?

DONNEES DE BASE - Quelles sont les informations qui existent déjà sur ce problème?

A) L'OBJET DE L'ENQUÊTE

Il est nécessaire de définir et d'énoncer clairement le problème que l'on voudrait étudier et de préciser son champ d'extension.

Exemple: si l'on veut étudier «la consommation d'alcool des jeunes», il faut se demander:

- Que veut-on savoir sur cette consommation? Connaître les quantités consommées? Les attitudes et les habitudes? Les facteurs de risque? etc...

- Qu'est-ce qu'on entend par «jeunes»? De quel âge? De quels milieux? En quel endroit?

- Que veut-on faire avec ces informations? Veut-on préparer une action? Quelle action et dans quel but?

Veut-on évaluer une action menée et laquelle?

On peut alors énoncer l'objet de l'enquête comme étant par exemple: «Etudier les attitudes et habitudes des jeunes de 15 à 18 ans de la Province de Luxembourg concernant la consommation de boissons alcoolisées».

B) L'INVENTAIRE DES MOYENS DISPONIBLES

Construire et réaliser une enquête par questionnaire requièrent du temps, de l'argent, des compétences et des moyens maté-

riels.

L'inventaire des moyens disponibles - et donc des contraintes - est à effectuer en fonction de l'objet de l'enquête.

- Quel est le **budget** qui pourra être consacré à l'enquête?

- Dispose-t-on d'un **temps** suffisant pour la réaliser correctement? Dans quels délais faudra-t-il la réaliser?

- Au niveau des **ressources humaines**:

Quelles sont les *compétences* et l'*expérience* des promoteurs pour élaborer l'enquête? Peut-on faire appel à des personnes expérimentées? (par exemple: cellule méthodologique de l'APES). Peut-on avoir l'aide d'un statisticien pour le codage et le traitement des données?

Pourra-t-on utiliser des *enquêteurs* et combien? Sont-ils bénévoles ou non? Faudra-t-il les former ou ont-ils déjà une bonne pratique des techniques d'enquête?

- Au niveau des **moyens matériels**

Comment pourra-t-on *traiter* les données? Dispose-t-on d'un ordinateur, d'un logiciel pour faire le traitement?

Comment pourra-t-on *imprimer* le questionnaire? etc...

Quels sont les documents dont on dispose? Listes de personnes, documents sur le problème traité (cf. point c)

De plus, il faut également se demander quelles sont les démarches à faire, les personnes-relais à utiliser pour entrer en contact avec le type de population que l'on veut étudier.

Exemple: autorisations à demander dans les écoles pour interroger les élèves.

C) LA RECHERCHE D'INFORMATIONS

Le rassemblement des informations existantes sur le problème permet:

- de décider s'il est nécessaire de mener une enquête par questionnaire: est-ce que les données existantes répondent aux questions que l'on se pose? Peut-on réutiliser les résultats d'une enquête menée sur le problème à étudier?

- de préciser davantage l'objet de l'enquête.

De plus, ces données pourront être utilisées pour définir les objectifs de la collecte de données et formuler des hypothèses de travail lorsqu'on aura décidé d'effectuer l'enquête.

2.2. Déterminer les objectifs et les hypothèses de travail

Cette étape consiste à réaliser une analyse préliminaire du problème à étudier.

Il s'agit de:

- faire le point à partir des informations que l'on possède déjà;

- **décomposer le problème** en ces divers éléments;

- **formuler des hypothèses** sur les différents facteurs et variables qui peuvent entrer en jeu et devront être explorés;

- **faire l'inventaire des questions que l'on se pose** sur le problème.

Il faut également rechercher les éléments qui pourront être des **indicateurs** pour mettre en évidence un facteur particulier.

Exemple:

Quels sont les facteurs socio-culturels qui interviennent dans la consommation d'alcool chez les jeunes?

Peut-on les mettre en évidence à partir d'éléments tels que le type d'études effectuées, la profession des parents, la consommation dans la famille, les loisirs pratiqués?

Quels sont les éléments qui pourraient indiquer un certain niveau de sensibilisation au problème de l'alcoolisme?

Est-ce que l'on veut évaluer la proportion de jeunes qui consomment régulièrement de l'alcool?

Quelles sont les habitudes qui peuvent constituer des facteurs de risque?

La description des objectifs et la formulation d'hypothèses de travail pertinentes vont ensuite permettre de définir la population à étudier, de construire un échantillon et de choisir un mode d'enquête. C'est également à partir de cette étape de réflexion à effectuer de manière rigoureuse que l'on pourra élaborer le contenu du questionnaire.

Notons en supplément que, dans certains cas, la définition des objectifs nécessite d'effectuer une **pré-enquête qualitative** par entretiens individuels ou en groupe lorsqu'on ne dispose pas de données suffisantes sur les diverses composantes du problème. De plus, les résultats de cette pré-enquête sont très utiles pour savoir comment les gens s'expriment et par conséquent, pour formuler les questions à poser.

2.3. Déterminer la population

La population ou «univers» de l'enquête est l'**ensemble des individus**:

- sur lesquels on désire recueillir des informations;

- qui **possèdent tous une ou plusieurs caractéristiques communes**;

Exemple: les individus âgés de 15 à 18 ans habitant dans la Province de Luxembourg.

La population considérée pour l'enquête doit être définie avec précision en fonction des **objectifs de la collecte des données** et des **hypothèses de travail**: ce que l'on veut étudier et ce que l'on veut faire avec les informations à recueillir.

Exemple: si l'on désire connaître la proportion de personnes qui ont «vu» une campagne d'affichage destinée au grand public dans une région, la population est l'ensemble des habitants de la région. Par contre, s'il s'agit d'analyser les différences d'attitudes selon le sexe à l'égard des campagnes d'éducation à la santé, on peut limiter la population considérée à celle de quelques communes (à déterminer).

Il y a donc lieu de savoir si l'on veut principalement **décrire** ou **analyser**.

2.4. Construire l'échantillon

L'échantillon est l'ensemble des personnes à interroger au moyen de l'enquête et faisant partie de la population pré-définie.

L'échantillon doit être **représentatif** de la population, c'est-à-dire qu'il doit rendre une image en réduction de celle-ci.

Il faut donc construire l'échantillon de manière à ce que les diverses caractéristiques des individus à interroger s'y trouvent dans les mêmes proportions que dans la population de référence.

Exemple: 52% de femmes et 48% d'hommes dans le pays.

De plus, le **degré de précision ou le niveau de probabilité pour que l'échantillon soit représentatif de cette population** est fonction de sa **taille**, c'est-à-dire du nombre d'individus qu'il contient.

Pour établir un échantillon, il faut considérer:

- les **objectifs de l'enquête et les hypothèses de travail**;
- le **type de population considérée**;
- les **caractéristiques des individus qu'il est indispensable de prendre en compte** en fonction de ce que l'on cherche à savoir;

Exemple: Quelles sont les comparaisons que l'on veut faire? A partir de quelles variables?

Peut-on considérer la population comme étant homogène ou bien faut-il y définir des sous-groupes?

- les **moyens disponibles** pour le construire: listes de personnes, statistiques sur la population;
- le **mode d'enquête** qu'il est possible de choisir en fonction des ressources.

La construction de l'échantillon comporte deux opérations:

- **déterminer sa taille**;
- **choisir un mode de sélection**;

A) LA TAILLE DE L'ÉCHANTILLON

La taille de l'échantillon se définit en fonction de la théorie

mathématique des **probabilités**.

Elle ne dépend pas de la taille de la population à étudier mais:

- du **degré d'homogénéité de cette population** telle qu'elle est considérée pour le sujet de l'étude et donc du **nombre de variables** à prendre en compte;
- du **degré de précision** que l'on veut atteindre au niveau des estimations.

Dans le cas des échantillons pris au hasard (aléatoire), **son degré de précision** pour reproduire les caractéristiques de la population **augmente en fonction de sa taille** (plus précisément, en fonction de la racine carrée de celle-ci: un échantillon doit être accru 100 fois pour être 10 fois plus précis).

Par principe, il faut considérer que si l'on veut étudier des sous-groupes faisant partie d'un échantillon, **aucun de ces sous-groupes ne peut comporter moins de 30 personnes**.

Exemple: pour étudier des habitudes de consommation à la fois par sexe et par classe d'âge et croiser ces deux variables, l'échantillon doit être suffisamment important pour obtenir une précision acceptable au niveau de chacun des sous-groupes déterminés.

B) LE MODE DE SÉLECTION DE L'ÉCHANTILLON

- Le tirage au hasard

Ce type de sélection s'opère principalement lorsque l'on considère la population comme étant **assez homogène en fonction des éléments à étudier** et si l'on possède des **listes complètes** de cette population (exemple: registres communaux, liste des élèves d'une école, abonnés au téléphone).

Dans ce cas, il faut fixer un **procédé systématique de tirage** au hasard.

- Échantillons stratifiés

Lorsque la population n'est pas homogène ou si l'on veut comparer des sous-groupes distincts, on commence par découper cette population en **strates** et sélectionner ensuite des échantillons dans chaque strate.

Exemple:

- on sélectionne des élèves du secondaire dans chacun des réseaux d'enseignement;
- dans une école, on veut évaluer l'effet d'une animation menée dans certaines classes de 6ème: on découpe la population de 6ème en deux strates: les classes de 6ème ayant participé à l'animation et celles qui n'y ont pas participé et on choisit des échantillons dans les deux groupes.

- Sélection par quotas

On choisit certaines caractéristiques principales de la population, on détermine leur fréquence respective et la manière dont ils se combinent.

On obtient des portraits-types d'individus à sélectionner et on fixe le nombre de personnes de chaque type qu'il faudra recruter pour que l'échantillon ait la même structure que la population de référence.

Exemple: y filles et x garçons de 12 à 15 ans fréquentant une école technique. Il faut que le recrutement des personnes à interroger soit effectué d'une manière honnête et selon un procédé pré-établi pour éviter d'introduire des biais dans l'échantillon (exemple: se limiter à interroger les voisins ou les collègues de travail qui correspondent aux quotas).

N.B.: Il existe encore d'autres techniques et variantes pour sélectionner un échantillon, mais il serait trop long de les exposer dans ce document synthétique. (*)

Enfin, il faut noter que les personnes que l'on désire interroger sont libres d'accepter ou non de participer à l'enquête de sorte qu'il est nécessaire de prévoir une «réserve» en construisant l'échantillon.

Exemple: dans le cas d'une enquête postale, la «réserve» est particulièrement importante car on peut estimer qu'il n'y a que 30 à 50% des questionnaires qui sont renvoyés par les répondants.

2.5. Choisir un mode d'enquête

Il est indispensable de standardiser au maximum les conditions d'enquête pour que les informations recueillies soient comparables (cf. 1.3.).

En conséquence, il y a lieu de choisir un mode d'enquête déterminé et de préciser toutes ses modalités.

Ce choix est à faire en fonction:

- des caractéristiques des individus à interroger;
- **des types de questions que l'on veut poser en fonction des objectifs** de l'enquête;
- de la longueur du questionnaire;
- **des moyens disponibles** (ex.: possibilité ou non d'utiliser des enquêteurs, budget, délais,...).

Cette étape est donc à effectuer en même temps que l'élaboration d'un projet de questionnaire (cf. point 2.6.).

L'administration du questionnaire peut s'effectuer de diverses manières:

- par l'intermédiaire d'un **enquêteur ou auto-administré**;
- avec des réponses **orales ou écrites**;

- le lieu de l'enquête peut varier selon les caractéristiques des personnes à interroger (le domicile, l'école, un lieu de travail,...) mais il doit être semblable pour tous.

Chaque méthode possède ses avantages et ses limites à prendre en compte pour décider de la choisir ou non.

LES PRINCIPAUX MODES D'ENQUÊTE

A) QUESTIONNAIRES ADMINISTRÉS PAR UN ENQUÊTEUR

- avec contact de «personne à personne»:

- * pour poser des questions de connaissances et d'opinions spontanées;
- * pour obtenir un grand nombre d'informations nuancées, approfondir un sujet et pouvoir *l'analyser*;
- * ce sont les enquêtes réalisées au domicile des répondants qui peuvent comprendre le plus de questions, être les plus longues (1/2 heure à 3/4 d'heure), mais elles sont aussi les plus coûteuses;
- * elles sont difficiles à réaliser dans un délai court, à moins de disposer de nombreux enquêteurs;
- * en général, les réponses sont orales et consignées par l'enquêteur, mais il est parfois utile de prévoir des réponses écrites (par ex.: lorsqu'on demande au répondant d'effectuer un classement ou de se situer sur une échelle d'attitude);
- * l'attitude de l'enquêteur peut influencer les réponses.

- avec contact par téléphone:

- * pour poser des questions de connaissances et d'opinions spontanées (par ex.: évaluer l'impact d'une campagne d'éducation pour la santé largement diffusée dans le grand public);
- * ces enquêtes sont peu adéquates pour obtenir des réponses par classement, par échelles d'attitudes ou par choix entre de nombreuses alternatives;
- * à utiliser pour *décrire* plutôt que pour analyser;
- * la population est limitée aux individus ayant le téléphone;
- * leur durée ne peut excéder le quart d'heure;
- * elles sont moins coûteuses que les enquêtes à domicile, mais les refus de répondre sont plus fréquents (plus ou moins 30% pour un tirage aléatoire);
- * elles peuvent être réalisées dans des délais courts;
- * l'enquêteur a peu d'influence sur les réponses.

B) QUESTIONNAIRE AUTO-ADMINISTRÉ PAR LE RÉPONDANT

- * pour poser des questions d'opinions «réfléchies» plutôt que

(*) Cf. JAVEAU, C., «L'enquête par questionnaire. Manuel à l'usage du praticien», Institut de Sociologie. Ed. de l'Université de Bruxelles - Les Editions d'Organisation, Paris, 3ème éd. revue, 1981.

pour explorer les connaissances et les réactions spontanées;

* les réponses écrites permettent d'utiliser des échelles d'attitudes, des questions à choix multiples nombreuses, etc.;

* on n'obtient pas nécessairement les réponses propres à un individu si on ne peut contrôler les conditions d'administration du questionnaire;

* toutes les questions doivent être indépendantes.

- Ce questionnaire peut être distribué, mais il faut donner des consignes précises pour effectuer cette distribution.

- Lorsqu'il est *envoyé par la poste*, il faut tenir compte des éléments suivants:

* on obtient les réponses d'un ménage et non d'un individu;

* les refus de l'enquête sont nombreux sauf si les personnes interrogées sont fortement concernées par le sujet abordé (par ex.: les membres d'une association que l'on interroge sur des thèmes en rapport avec les activités de cette association);

* les délais pour le renvoi des questionnaires sont à fixer.

- En général, ce mode d'enquête est moins coûteux que lorsqu'on doit rémunérer des enquêteurs.

La définition des conditions d'enquête consiste aussi à effectuer une **planification** de son déroulement.

- décider du **nombre de phases d'enquête**. Exemple : un questionnaire «avant» et «après» une action à évaluer;

- fixer les périodes de collecte des données (moment et durée);

- prévoir la formation des enquêteurs;

- prévoir le moment et les délais pour le dépouillement des questionnaires...

Dans son ensemble, la préparation d'une enquête par questionnaire est à considérer comme étant la mise au point d'un véritable programme d'action.

2.6. Elaborer un projet de questionnaire

Un questionnaire standardisé représente à la fois:

- un «**instrument de mesure**» destiné à obtenir des réponses ou **indices** comparables;

- un **mode de communication** avec des individus qui possèdent un certain niveau de compétence pour comprendre et répondre à une question et qui doivent pouvoir être **sincères et fidèles** à leur pensée en y répondant.

L'élaboration d'un projet de questionnaire requiert donc une certaine expérience, de l'imagination et beaucoup de **rigueur pour prendre distance par rapport à sa propre conception du problème**, aux intuitions ou convictions que l'on peut avoir et qui sont à remettre en cause et à vérifier.

Pour réaliser cette démarche, il est souvent utile de constituer un petit groupe de réflexion - comprenant si possible la personne qui sera responsable du traitement des données - pour faire l'inventaire des contenus à explorer et formuler des ébauches de questions.

Tous les éléments qui ont été décrits précédemment sont à prendre en compte pour construire le questionnaire, c'est-à-dire:

- les types d'informations que l'on peut recueillir par cette méthode d'enquête (cf. point 1.2.);

- le caractère relatif des réponses individuelles (cf. point 1.3.);

- les objectifs de la collecte de données et les hypothèses de travail (cf. point 2.2.);

- les informations que l'on possède déjà (cf. point 2.1.) et les résultats éventuels d'une pré-enquête par entretien (cf. 2.2.);

- les moyens disponibles pour le traitement des données (cf. point 2.1.);

- le type de population à étudier (cf. point 2.3.) (exemple: quels milieux, quels niveaux d'âge,...);

- les conditions d'enquête que l'on peut choisir en même temps (cf. point 2.5.).

Sur base de ces données, il faut alors:

- définir le contenu des questions;

- choisir la forme des questions (ouvertes ou fermées, types de réponses prévus);

- formuler les questions.

A) LE CONTENU DES QUESTIONS

Les objectifs de la collecte des données, les hypothèses de travail et les informations que l'on possède sur le problème étudié vont permettre de:

- faire un inventaire des **thèmes** à aborder pour cerner le problème et des divers **sujets** des questions;

- définir les **types** d'information à recueillir sur chaque sujet, c'est-à-dire les **objets** des questions. Qu'est-ce que l'on veut savoir sur chaque sujet à aborder? Veut-on explorer les connaissances? Obtenir des jugements? Faire exprimer des préférences, des motivations? Faire décrire des conduites, leur fréquence, leurs circonstances?

Ceci revient à chercher et à déterminer des **indicateurs** ou des «**révélateurs**» pour mettre en évidence les informations que l'on veut obtenir.

La recherche des contenus du questionnaire peut être effectuée à partir de la grille suivante.

TYPES D'INFORMATIONS A RECUEILLIR

	Connaissances	Attitudes		Motivations	Conduites		
		Images Représentations	Jugements Avis Préférences		Valeurs Raisons Intention	Expérience antérieure	Fréquence
Thèmes à aborder liés directement ou non au problème							

B) LES TYPES DE QUESTIONS À CHOISIR

Selon leur **sujet et leur objet**, les questions peuvent prendre diverses formes. Il faut donc déterminer pour chaque question la forme qui paraît être la plus adéquate en tenant compte en même temps du **mode d'administration** du questionnaire qu'il est possible d'adopter et de la nécessité de **codifier** les données.

Les questions peuvent être:

- **ouvertes**
- **fermées à choix binaire**
- **fermées à choix multiple**

LES QUESTIONS OUVERTES

- *Aucune réponse n'est proposée au répondant* et celui-ci s'exprime donc selon la forme qu'il désire, en utilisant ses propres termes.

- Elles sont surtout utilisées lorsque l'on veut savoir comment les individus expriment une idée ou définissent un sujet et pour faire expliciter ou justifier une réponse donnée précédemment à une question fermée.

- Le dépouillement des réponses obtenues est long car on ne peut pas les codifier à l'avance.

- Pour les rassembler, on réalise un «*code-book*»: on prélève un échantillon de réponses obtenues, on les répertorie, on rassemble les réponses similaires et on codifie celles qui apparaissent le plus fréquemment. On peut alors codifier l'ensemble des réponses obtenues, en constituant une catégorie «divers» pour les réponses rares.

- Toutefois, lorsque le questionnaire est administré oralement et si certains types de réponses peuvent être prévus, on les note sur le questionnaire et on les pré-codifie, mais l'enquêteur ne les propose pas au répondant.

LES QUESTIONS FERMÉES

Les réponses possibles sont pré-établies et pré-codifiées (avec, parfois, une catégorie supplémentaire classée «autres ou divers»).

Le répondant doit choisir la réponse qui correspond le mieux à sa pensée. Le choix proposé peut être *binaire* ou *multiple*.

Dans tous les cas, il faut également prévoir une *catégorie* ou un *code* pour enregistrer les *non-réponses* («ne sait pas», «sans opinion»,...).

- FERMÉES À CHOIX BINAIRE

Il y a *deux alternatives* de réponses proposées:

Exemple: oui/non (+ ne sait pas), vrai/faux

- On les utilise surtout lorsque les questions portent sur *des faits, des connaissances*.

Exemple : Avez-vous déjà fumé, ne fut-ce qu'une fois? Oui - Non Le sucre est un glucide. Vrai - Faux

- Elles ne permettent pas d'obtenir des informations nuancées sur les opinions ou les connaissances des personnes interrogées.

- Elles sont souvent suivies par des sous-questions pour approfondir le même sujet et qui ne sont posées qu'à une partie des répondants. Elles constituent alors des «questions filtres».

- FERMÉES À CHOIX MULTIPLE

Ces questions comportent plus de deux alternatives de réponses proposées.

Il est possible de les structurer de diverses manières.

- *Les réponses proposées peuvent être des propositions distinctes que l'on ne peut ordonner directement les unes par rapport aux autres. On demande au répondant de choisir une ou plusieurs réponses.*

Exemple: Quel est votre loisir préféré?

- * lecture
- * cinéma
- * sorties avec des copains
- * T.V.
- * marche
- * natation...

Les propositions doivent être différentes en fonction d'un seul critère ou élément.

- On peut aussi lui demander d'évaluer chacune des *réponses proposées* (ceci s'apparente aux échelles d'attitude - cf. plus loin).

Exemple: donner à chaque loisir proposé ci-dessus une cote de 1 à 10 (1 = pas aimé/10 = très aimé).

On encore, on lui fait *classer les réponses proposées les unes par rapport aux autres*.

Exemple: faire classer les loisirs proposés par ordre de préférence: 1 celui que l'on préfère en 1er lieu, 2 celui que l'on préfère en 2ème lieu,...

On obtient de la sorte une échelle construite par le répondant.

- *Les réponses proposées peuvent être des propositions ordonnables au préalable les unes par rapport aux autres.*

Dans ce cas, on peut construire deux types d'échelles:

Les échelles d'intervalles

Exemple: Combien de cigarettes fumez-vous par jour?

- * moins d'1 par jour
- * 1 à moins de 5
- * 5 à moins de 15
- * 15 et plus.

Lors de la constitution d'une telle échelle, il faut *veiller à ce que les intervalles constitués par les réponses possibles ne se recouvrent pas*, mais il faut aussi que *l'ensemble des propositions couvre la totalité de l'échelle*.

Les échelles ordinales

Elles comprennent des alternatives de réponses qui peuvent être rangées en fonction d'un critère défini (exemple: un degré d'importance ou d'intensité).

Elles sont couramment utilisées au niveau des *questions d'opinions*.

Pour ce faire, on constitue un ensemble de réponses qui s'ordonnent sur une *échelle d'attitude*.

On utilise très souvent la technique ci-après.

On exprime une opinion que l'on présente comme une affirmation.

Exemple: «Un jeune se met à fumer pour faire comme ses copains». «Une fête sans alcool n'est pas une fête».

On demande au répondant d'exprimer son *degré d'accord* en fonction de cinq alternatives:

- tout à fait d'accord
- plutôt d'accord
- ni d'accord ni pas d'accord
- plutôt pas d'accord
- pas d'accord du tout.

N.B.: Les «degrés» d'intensité n'ont pas une valeur absolue et peuvent être interprétés différemment par les individus. Pour mettre en évidence une attitude, on propose une série d'opinions sur un même sujet et on demande, successivement pour chaque opinion, le degré d'accord du répondant.

La *formulation* des affirmations à proposer doit être effectuée avec soin. En particulier, il faut veiller à ce que *la phrase ne comporte pas plusieurs idées ou notions différentes*. Dans le cas contraire, on ne peut savoir sur laquelle de ces idées une personne interrogée a exprimé son opinion et les réponses ne peuvent être rassemblées ni comparées.

Nous nous bornerons à la description de quelques types de questions ci-dessus car ils nous semblent être les plus courants et d'une utilisation relativement simple.

Pour explorer ce sujet d'une manière plus exhaustive, les références d'ouvrages à consulter sont reprises en annexe.

C) LA FORMULATION DES QUESTIONS

Les questions contenues dans un questionnaire standardisé doivent posséder les qualités suivantes.

- **Compréhensibles.** Employer des mots connus, un langage adapté au type de personnes interrogées (âge, niveau socio-culturel); construire des phrases simples et courtes, dont le sens est facile à comprendre.

- **Précises.** Employer les termes exacts en fonction de l'objet de la question (exemple: «souhaiter» ne veut pas dire la même chose que «avoir l'intention de»); dans les échelles, utiliser des termes indiquant une grandeur, une durée d'intensité précise (exemple: «1 fois par semaine» et non pas «régulièrement»).

- **Non ambigus** et donc compréhensibles par tous de la même manière. Eviter les termes vagues et ceux qui peuvent avoir plusieurs significations selon les individus (exemple: «croire»,

«souvent», «penser»); focaliser chaque question sur une seule idée et donc un seul objet.

- **Ne pas suggérer** la réponse. Ne pas formuler de jugement tendancieux si la question ne requiert pas une opinion sur ce jugement; faire figurer les alternatives de réponses positives ou négatives dans la question posée; ne pas suggérer de réponses à travers d'autres questions antérieures (ou par l'ensemble du questionnaire si celui-ci est auto-administré).

- Donner une **indication précise sur la forme de la réponse** souhaitée. Formuler la question de manière à ce qu'il soit logique d'y répondre sous la forme voulue (exemple: ne pas demander «Connaissez-vous le slogan de la campagne anti-tabac?» (réponse logique: Oui/Non) mais bien «Quel est le slogan de la campagne anti-tabac?»); inscrire les indications ou consignes concernant la forme de la réponse à donner.

D) LA STRUCTURATION DU QUESTIONNAIRE

Le questionnaire est un moyen pour entrer en relation avec des personnes. En quelque sorte, il peut être conçu comme un dialogue dont un des partenaires aurait standardisé son discours.

Il se structure généralement en 3 parties:

- Introduction
- Signalétique
- Questions sur le problème

INTRODUCTION

Pour établir le contact:

- présenter l'enquêteur;
- présenter l'objet de l'enquête d'une manière générale pour susciter l'intérêt du futur répondant: insister sur l'aspect «recherche d'information» (ne pas évoquer l'action d'éducation pour la santé qui est ou sera menée car son but risque d'influencer la personne interrogée);
- souligner le caractère anonyme des réponses.

Le texte d'introduction doit être poli, neutre et standardisé.

SIGNALÉTIQUE

Peut également être placé en fin de questionnaire.

Les questions d'identification y sont généralement rassemblées:

- lieu d'habitation
- sexe
- âge
- état civil

- profession, niveau d'études...

Selon le sujet de l'enquête, d'autres caractéristiques peuvent être insérées (ex.: nombre et âge des enfants, type d'habitat, études en cours...).

QUESTIONS SUR LE PROBLÈME ÉTUDIÉ

Il s'agit du corps du questionnaire.

L'ordre des questions est important et doit être établi en tenant compte de l'effet qui peut être produit par chacune d'elles.

- Commencer par des questions d'ordre général et «faciles» ou par celles qui requièrent une réponse «à froid» (exemple: connaissances spontanées des informations diffusées dans le grand public lors d'une campagne d'éducation à la santé).

- Grouper les questions sur un même thème lorsqu'elles doivent se suivre dans un ordre logique. Mais si une information doit être vérifiée par plusieurs questions, il est souvent utile de les disperser dans le questionnaire.

- Laisser «entrer» le répondant dans un sujet avant de poser des questions délicates ou qui demandent une réflexion plus approfondie sur ce sujet.

- Rassembler les questions d'opinions proposées sous forme d'une échelle d'attitudes (exemple: affirmations avec un degré d'accord à exprimer).

N.B. : Les indications ou consignes pour utiliser le questionnaire (ex.: passer à la question «x») et préciser la forme de la réponse (ex.: inscrire «x» dans la case adéquate) doivent être placées aux divers endroits appropriés.

2.7. Pré-tester le projet de questionnaire

Pour s'assurer de la qualité du questionnaire, il y a lieu de l'administrer à un échantillon réduit d'individus (une vingtaine) **faisant bien partie de la population qui a été définie pour l'enquête.**

De plus, le pré-test doit se dérouler si possible **dans les conditions qui ont été définies pour l'administration du questionnaire définitif.**

2.8. Rédiger le questionnaire définitif

Cette opération consiste à:

- a) *Améliorer le contenu du questionnaire* (fond et forme) en fonction des résultats du pré-test.
- b) *Effectuer la mise en page*

Le questionnaire doit être:

- *facile à lire, d'aspect clair et soigné*: bien séparer les questions, aérer le texte et choisir des caractères différents pour les questions et les consignes d'utilisation;
- *facile à remplir*: prévoir des espaces suffisants pour les

réponses et les aligner;

- *facile à coder*: réserver une marge pour inscrire les codes et prévoir des cases à cet effet.

c) *Précoder (*) les réponses aux questions fermées* (ne pas oublier le signalétique!) et réserver des cases (ou «colonnes») pour les codes des réponses aux questions ouvertes (cf. point 2.6.b.).

N.B. : Il est souhaitable de réaliser le précodage avec la personne responsable du traitement des données.

2.9. «Former» les enquêteurs

Lorsque le questionnaire est administré par des enquêteurs, il faut:

- *rédiger des instructions* à leur intention, expliquant comment ils doivent entrer en contact avec les répondants (avec, éventuellement, le procédé de sélection à suivre) et comment ils doivent mener les enquêtes (neutralité, ne pas expliciter les questions, ne pas suggérer de réponses);

- *les réunir* pour expliciter les instructions qui leur sont remises par écrit et commenter le contenu du questionnaire;

- *au besoin, organiser une séance de formation* à la technique d'enquête par questionnaire.

2.10. Réaliser l'enquête

Il faut encore assurer le suivi lors de la réalisation de l'enquête (garder le contact avec les enquêteurs, contrôler le renvoi des questionnaires auto-administrés, vérifier la manière dont ils ont été remplis).

EN CONCLUSION

Toutes les données obtenues au moyen du questionnaire pourront être rassemblées, traitées puis interprétées.

Toutefois, la valeur des informations recueillies pour répondre à ce que l'on voulait savoir sur le problème étudié dépendra, en fin de compte, du soin apporté à l'élaboration de l'ensemble du processus d'enquête que nous avons tenté de décrire dans ces pages.

BIBLIOGRAPHIE

HENDRICKS F., PIETTE D. - «Une proposition de dialogue. Guide pratique sur l'entretien semi-dirigé en éducation pour la Santé.» - Collection APES, 1989.

JAVEAU Claude - «L'enquête par questionnaire. Manuel à l'usage du praticien» - Institut de Sociologie, Ed. de l'Université de Bruxelles - Les Editions d'Organisation, Paris, 3ème édition revue, 1981.

BOUDON R. - «Les méthodes en sociologie» - Collection «Que sais-je?», n° 1.334, P.U.F., Paris, 1969.

MEYNAUD H., DUCLOS D. - «Les sondages d'opinions» - Editions La Découverte, Paris, 1985.

MUCCHIELLI R. - «Le questionnaire dans l'enquête psychosociale», Librairies Techniques/Ed. Sociales françaises, Paris, 1968.

BLALOCK H.M., Jr., «Social Statistics», Mc GRAW-HILL, London/New-York, 1960.

(*) Pour une description détaillée des procédés de codification. Cf. JAVEAU C. - Op. Cit.

réponses et les aligner;

- *facile à coder*: réserver une marge pour inscrire les codes et prévoir des cases à cet effet.

c) *Précoder (*) les réponses aux questions fermées* (ne pas oublier le signalétique!) et réserver des cases (ou «colonnes») pour les codes des réponses aux questions ouvertes (cf. point 2.6.b.).

N.B. : Il est souhaitable de réaliser le précodage avec la personne responsable du traitement des données.

2.9. «Former» les enquêteurs

Lorsque le questionnaire est administré par des enquêteurs, il faut:

- *rédiger des instructions* à leur intention, expliquant comment ils doivent entrer en contact avec les répondants (avec, éventuellement, le procédé de sélection à suivre) et comment ils doivent mener les enquêtes (neutralité, ne pas expliciter les questions, ne pas suggérer de réponses);

- *les réunir* pour expliciter les instructions qui leur sont remises par écrit et commenter le contenu du questionnaire;

- *au besoin, organiser une séance de formation* à la technique d'enquête par questionnaire.

2.10. Réaliser l'enquête

Il faut encore assurer le suivi lors de la réalisation de l'enquête (garder le contact avec les enquêteurs, contrôler le renvoi des questionnaires auto-administrés, vérifier la manière dont ils ont été remplis).

EN CONCLUSION

Toutes les données obtenues au moyen du questionnaire pourront être rassemblées, traitées puis interprétées.

Toutefois, la valeur des informations recueillies pour répondre à ce que l'on voulait savoir sur le problème étudié dépendra, en fin de compte, du soin apporté à l'élaboration de l'ensemble du processus d'enquête que nous avons tenté de décrire dans ces pages.

(*) Pour une description détaillée des procédés de codification. Cf. JAVEAU C. - Op. Cit.

BIBLIOGRAPHIE

HENDRICKS F., PIETTE D. - «Une proposition de dialogue. Guide pratique sur l'entretien semi-dirigé en éducation pour la Santé.» - Collection APES, 1989.

JAVEAU Claude - «L'enquête par questionnaire. Manuel à l'usage du praticien» - Institut de Sociologie, Ed. de l'Université de Bruxelles - Les Editions d'Organisation, Paris, 3ème édition revue, 1981.

BOUDON R. - «Les méthodes en sociologie» - Collection «Que sais-je?», n° 1.334, P.U.F., Paris, 1969.

MEYNAUD H., DUCLOS D. - «Les sondages d'opinions» - Editions La Découverte, Paris, 1985.

MUCCHIELLI R. - «Le questionnaire dans l'enquête psychosociale», Librairies Techniques/Ed. Sociales françaises, Paris, 1968.

BLALOCK H.M., Jr., «Social Statistics», Mc GRAW-HILL, London/New-York, 1960.

INFORMATIONS :

aps

MICHEL DEMARTEAU
SART-TILMAN
BÂTIMENT B23
4000 LIEGE
041/56.28.97

CONCEPTION : AGENCE A3 / LIEGE