

Master pro « Conduite de projets culturels et connaissance des publics »

PRATIQUE DE L'ENQUETE : FONDEMENTS ET METHODES

G. Segré

L'objectif de cet enseignement méthodologique est de former les étudiants aux méthodes et techniques d'enquêtes. La promotion doit effectuer une enquête de public pour le compte d'une institution (le Musée de la Musique, en 2002-03 et 2003-04, le Musée du Quai Branly en 2004-05 et 2007-08, le Forum des Images en 2005-06, la Maison de la Musique de Nanterre, en 2006-07 et 2008-09).

Il s'agit d'encadrer et accompagner les étudiants dans ce travail, de les aider à déceler et comprendre la demande du commanditaire, à transformer les attentes en questions posées de façon pertinente et rigoureuse sur le terrain (dans le cas de la commande plus spécifique d'une étude), de les aider à réaliser une pré-enquête. Puis les aider à se doter d'outils d'analyse quantitatifs et qualitatifs, à élaborer un questionnaire, une grille d'entretien et d'observation, une grille d'analyse etc...

Le travail et ses différentes phases (prise en compte de la commande, construction des outils, conduite des entretiens et administration des questionnaires, codage, exploitation et analyse, rédaction des résultats) donne lieu à un rapport d'enquête d'une centaine de pages remis au commanditaire à la fin de la saison universitaire. Ce rapport fait l'objet d'une présentation orale auprès des commanditaires.

PLAN DU COURS

Introduction :

Des chercheurs aux décideurs : enquête, étude, recherche : les risques de malentendus

Présentation des spécificités de l'enquête annuelle

Topo sur les enquêtes précédentes (problèmes récurrents, les interrogations courantes, les résultats, les craintes, les « pressions », etc.

La commande, les premiers contacts avec l'institution commanditaire

Les intérêts convergents et divergents de l'institution et des sociologues

PRESENTATION: LES ETAPES DE LA RECHERCHE

La rupture

1. La question de départ
2. L'exploration (lectures, entretiens exploratoires...)
3. La problématique

La construction

4. La construction du modèle d'analyse

La constatation

5. L'observation
6. L'analyse des informations
7. Les conclusions

LA CONCEPTION DE L'ENQUETE

1. Les chiffres explicatifs

2. La problématique

Objectivation et objectivité : la construction d'objet

Eventuellement une petite présentation « durkheimienne » du fait social, avec quelques éléments de réflexion sur la « sociologie spontanée », les « pré-notions », l'« artificialisme », l'ignorance méthodique, la définition provisoire comme instrument de rupture...

LA CONCEPTION DU QUESTIONNAIRE

1. L'objet de l'enquête

2. La découverte

3. Les deux parties d'un questionnaire

4. L'échantillon

L'EXPLOITATION DU QUESTIONNAIRE

1. Tableau et variables

2. Les règles

3. Un bon tableau

4. Analyse primaire et secondaire

L'ENTRETIEN SEMI-DIRECTIF

La définition de la population

Quand l'utiliser, pour quel type d'informations

Les conditions de passation

Se présenter, l'interaction

Les caractéristiques de l'entretien

La grille ou plan d'entretien

L'enregistrement, la prise de note...

L'écoute attentive et active, analyser en écoutant

Les relances

L'ANALYSE DE CONTENU

1. Distinction résumé / Analyse

Résumé

Analyse

2. Les différents types d'analyse de contenu

Analyse Propositionnelle du Discours et Analyse des Relations par Opposition

L'analyse entretien par entretien

L'analyse thématique

3. La production des résultats

4. Les trois phases

Réduction des données

Présentation et organisation des données

Interprétation et vérification

L'OBSERVATION

Reprise à titre d'exemple des travaux de Veron et Levasseur...

Circonscrire le champ d'observation

La construction de la grille

Les partis pris : Clandestine ou avouée, etc.

L'ANALYSE DOCUMENTAIRE

Exemple avec Heinich (La gloire de Van Gogh, ou les analyses des écrits laissés sur les livres d'or)