

---

FICHE SAVOIRS N° 2 :

LES MÉCANISMES DE DÉFENSE SOCIALE DANS LE CADRE  
D'UNE ENQUÊTE PAR QUESTIONNAIRE

---

▪ **La réaction de prestige – désirabilité sociale**

Par peur de se faire mal juger sur ses réponses, l'enquêté peut adopter un **comportement de « façade » ou altérer sa réponse en pensant que c'est ce que l'enquêteur veut entendre.**

Le risque : atténuation des opinions, simulation, réponses stéréotypées, conformité à des attentes normatives...

*Exemple* : « Pensez-vous tenir le coup face aux difficultés rencontrées ? »

▪ **La réaction défensive – crainte de représailles**

La personne interrogée peut avoir **peur que ses réponses soient utilisées contre elle.**

Elle peut trouver qu'une question est trop « délicate » ou « trop personnelle ».

Le risque : refus de répondre, fuite vers des réponses qui n'en sont pas : « Ne se prononce pas », autocensure...

*Exemples* : « Avez-vous des difficultés pour éduquer vos enfants ? » ; « Que pensez-vous de votre travail ? »

▪ **Les réponses suggérées par le libellé de la question**

Si une **question est rédigée de manière tendancieuse**, elle risque de conditionner fortement la réponse de la personne interrogée.

*Exemple* : « Que pensez-vous de la lenteur des mesures prises par le ministère de la Santé concernant l'utilisation des masques dans la crise de la Covid 19 ? »

▪ **L'attraction de la réponse positive – biais d'acquiescement**

**Les gens disent plus facilement « Oui » que « Non »** ; témoignent plus facilement de leur accord que de leur désaccord (le refus, la désapprobation peuvent parfois apparaître comme des symptômes de non-intégration).

*Exemple* : « Êtes-vous pour ou contre les mesures visant à permettre le financement de la dépendance en France ? »

Ainsi, lorsqu'on demande à la personne interrogée son opinion personnelle, il peut être intéressant de prévoir des réponses intermédiaires.

▪ **La peur de certains mots**

Certains termes peuvent provoquer des réactions de défense parce qu'ils sont « chargés » de manière défavorable, en raison de leur **connotation négative.**

*Exemples* : Riche ; mort ; maladie ; Covid...

S'efforcer au maximum de n'employer que des mots « neutres » ou de trouver des tournures grammaticales adaptées.

▪ **L'influence des références à des personnalités**

L'introduction de noms de personnalités connues peut entraîner des réactions d'identification ou de rejet, en raison notamment de l'influence de l'actualité.

*Exemples* : Simone Veil ; Abbé Pierre... / Harvey Weinstein ; Donald Trump...

## TOME 2. Méthodologies d'investigation

### Thématique 4 : Questionnaire d'enquête

#### ▪ **S'ajoutent à ces mécanismes de défense :**

- **l'attitude de suspicion** à l'égard de la technique du questionnaire elle-même.  
Nombreux sont les individus qui craignent de « s'engager » : *les objectifs de l'enquête et les garanties apportées doivent être clairement mentionnés/expliqués.*
- **la lassitude** qui peut exister du fait d'un contact trop fréquent avec ce mode d'investigation : *le questionnaire doit ainsi être attirant, plaisant à regarder et à remplir, voire présenter parfois une certaine originalité ou être novateur (quant à son mode de diffusion par exemple : utilisation du numérique...)*
- **l'attitude de repli** pouvant être occasionnée par un déficit d'éléments rassurants, un certain amateurisme ou encore par des changements de thèmes dans le questionnaire si ces derniers surviennent brutalement, ce qui peut entraîner de la méfiance : *l'enchaînement des parties et des questions doit être réfléchi pour apparaître le plus naturel possible ; diverses garanties doivent permettre de rassurer la personne enquêtée...*
- **l'effet de halo : en tenir compte au moment du dépouillement**
  - ❖ l'agacement ressenti par rapport à une question peut s'étendre à d'autres questions ;
  - ❖ la personne interrogée peut être tentée, par souci de cohérence, de fournir un ensemble de réponses homogènes en s'alignant sur les premières réponses fournies.
- **l'attirance pour les réponses situées en début de la liste ou en milieu de liste – effet d'ancrage** en ce qui concerne les questions fermées : les personnes enquêtées peuvent avoir le sentiment que la réponse classée première dans la liste est « la meilleure » réponse...  
Il faut en tenir compte lors de la conception du questionnaire et bien intégrer cet élément lors du dépouillement de l'enquête...
- **l'effet de la longueur du questionnaire** : un questionnaire trop long risque d'entraîner l'agacement ou le désintérêt ; un questionnaire trop court risque de créer un sentiment de frustration... et donc d'entraîner des réponses bâclées, imprécises ou insincères.
- **l'effet de la complexité du questionnaire** : une présentation compliquée ou des termes difficiles à comprendre peuvent entraîner le rejet du questionnaire...