

Cours 8: Méthode du questionnaire



Introduction

Le terme sondage peut renvoyer à plusieurs acceptions entre autres au sondage d'opinion et à l'enquête par questionnaire. Le premier, le sondage d'opinion consiste à interroger le maximum d'individus appartenant à une communauté donnée pour connaître leur opinion concernant un fait, une situation afin de tirer une impression. Les gouvernements et les organismes privés y recourent fréquemment, parce qu'il permet de créer un effet de consensus grâce au grand chiffre qu'il procure comme dans le titre suivant qui apparaît dans *Le Maghreb Emergent* : « 80% des Algériens font confiance aux médicaments fabriqués localement ».

En effet, il permet de créer : « la croyance selon laquelle chacun intervient dans les décisions du pays avec le même poids » (DE SIGLY 1992 : 15). Ce qui fait de lui l'un des instruments de la manipulation politique. Contrairement au sondage

d'opinion qui vise à mettre en évidence l'opinion publique, l'enquête par questionnaire vise à décrire/comprendre les facteurs qui déterminent tel fait ou telle opinion.

On choisit un questionnaire lorsqu'on :

1. –Connaît bien le sujet de l'étude
2. –Veut des résultats quantifiés
3. –Cherche à valider et généraliser les résultats.
4. –A les moyens de mener une telle enquête
 - –accéder à la population
 - –recevoir suffisamment de réponses
 - –capacité à traiter les données (argent, temps, ressources)

I. Définition

Le questionnaire de recherche est un outil de choix pour de nombreuses disciplines : la sociologie, la psychologie, la démographie, mais aussi la sociolinguistique la didactique, etc. Il s'agit d'un outil de recherche dont le principe de base est d'étudier des variables externes de nature sociale, économique, etc. en rapport avec l'objet de recherche (pratiques langagières, représentations, choix pédagogiques, etc.) auprès d'un échantillon représentatif. Contrairement à l'entretien semi-directif, les questions sont standardisées et permettent d'obtenir des données qui sont analysées quantitativement.

L'élaboration du questionnaire nécessite une bonne délimitation de l'objet de recherche, de la problématique et des hypothèses de recherche. En effet, une bonne

délimitation de l'objet de recherche facilite la tâche du chercheur en posant les « bonnes » questions. Chaque question posée doit trouver sa légitimité dans le questionnaire. Autrement dit, on ne pose une question que si elle permet d'apporter un élément de réponse à la problématique et vérifier les hypothèses déjà avancées.

II Les types de questions

Les questions formulées dans un questionnaire peuvent être classées selon leur contenu ou selon leur forme.

II.1 Le contenu

Du point de vue du contenu, les questions sont soit de fait, soit d'opinion. Les questions de faits portent sur les actions des enquêtés ou celles des autres, autrement dit sur ce qui prête à être vérifié par l'observation. Appartiennent à ce type, les questions qui visent à recueillir des informations sur le profil social de l'enquêté telles l'âge, le sexe, etc. et les questions de type « parlez-vous plusieurs langues ? », « quelle est votre langue maternelle ? », etc.

Les questions d'opinion portent sur ce que pense l'enquêté de certaines pratiques langagières comme le souligne BOUKOUS :

« dites aussi parfois questions psychologiques, portent sur les opinions, les attitudes, les motivations, les représentations des sujets, etc. Par exemple : La langue française est-elle la langue du prestige social en Afrique de l'ouest ? ou encore Estimez-vous qu'enseigner une langue vernaculaire est utile ? Dans certains cas, il paraît difficile de

distinguer questions de fait et questions d'opinion ; par exemple, la question Etes-vous d'accord pour dire que l'anglais est une langue universelle ? peut être interprétée comme une question de fait découlant de l'observation d'un constat ou bien comme une question d'opinion relative à la représentation que le sujet a du statut de l'anglais. (BOUKOUS 1999 : 16)

II.2 La forme

Du point de vue formel, les questions sont fermées, ouvertes ou semi-fermées. Les questions fermées sont celles où l'enquêté est contraint de choisir entre les réponses préalablement formulées par le chercheur, telle que : Parlez-vous le français ? Des consignes accompagnent généralement ce type de question comme par exemple : indiquez la réponse la plus adéquate, indiquez plusieurs réponses adéquates, etc. Ce type de question est difficile à rédiger, vu les modalités de réponses à proposer. Néanmoins, contrairement aux questions ouvertes, il est facile à coder et à analyser.

Les questions ouvertes sont celles où l'enquêteur ne propose aucune réponse ; l'enquêté répond librement. Si ce type de questions est facile à rédiger et assure la liberté de l'expression à l'enquêté, il est difficile à coder et à analyser, vu la diversité des réponses recueillies. Certaines réponses peuvent être d'aucune utilité pour l'enquêteur, si la question est mal interprétée ou encore si l'enquêté a des difficultés d'expression. Il est généralement conseillé d'utiliser ce type de questions dans les versions préliminaires destinées au pré-test. Les questions recueillies serviront à rédiger la version définitive du questionnaire.

Les questions semi-fermées sont des questions formulées à la manière des questions fermées, où le chercheur propose des réponses préétablies, mais tout en donnant la liberté à l'enquêté de répondre autrement si les propositions ne lui conviennent pas, et ce en ajoutant la rubrique : Autres réponses : lesquelles ?, Précisez, etc. Par exemple :
Quelles sont les langues que vous maîtrisez ? L'arabe dialectal, le français, l'anglais,
Autres : précisez :.....

III L'élaboration du questionnaire

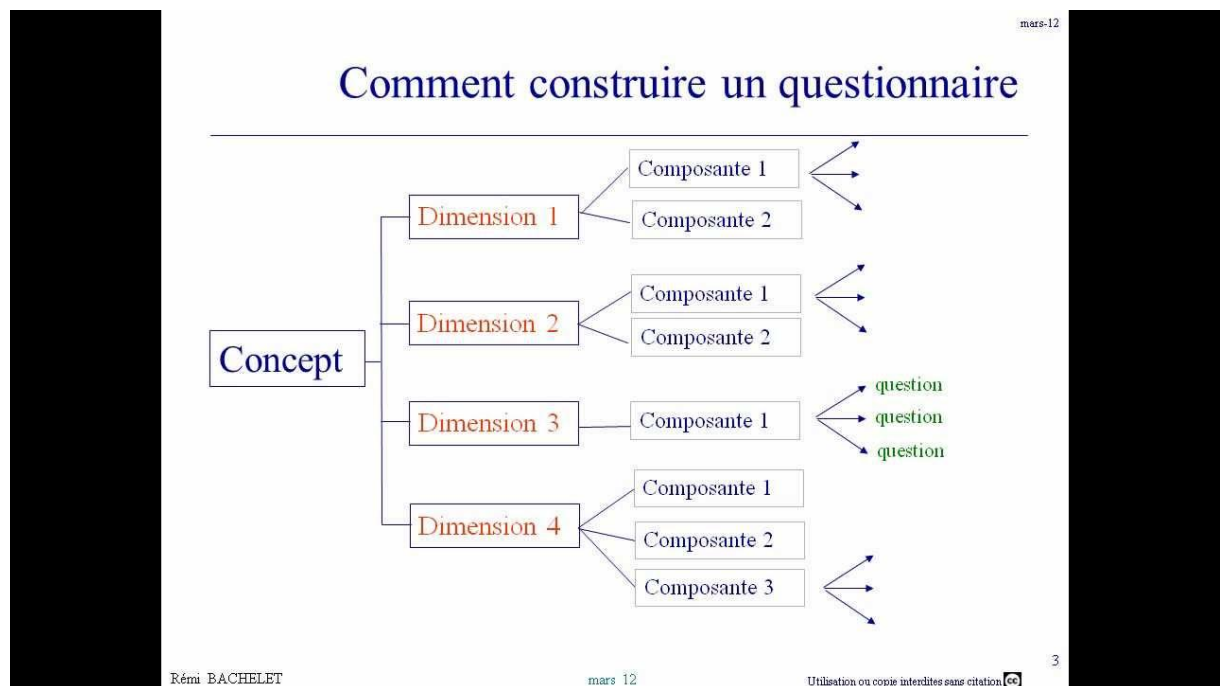
Afin d'obtenir des réponses pertinentes et précises qui répondent aux objectifs escomptés, le chercheur doit veiller à bien formuler ses questions. Les oublis et les erreurs sont à éviter pour assurer la fiabilité de la recherche. C'est pourquoi, il convient de penser à faire un pré-test du questionnaire avant de rédiger la version définitive et l'administrer aux enquêtés. Ce pré-test se fait en collaboration avec 5 ou 6 participants avec qui l'enquêteur discutera à propos de la formulation des questions une fois le questionnaire rempli. Leurs commentaires vont lui permettre de rectifier, de reformuler les questions ambiguës, incompréhensibles, d'estimer le temps nécessaire pour y répondre, bref de vérifier son outil de collecte des données avant son utilisation.

Construire un questionnaire

1. Les étapes à respecter
 - Du cadrage à la version finale

2. Comment concevoir les questions

- -L'articulation Concept/dimensions/questions
- -Étude de cas
- -Les types d'items



Pour élaborer un questionnaire pertinent, correct sur le plan du contenu et de la structure, le chercheur doit veiller à respecter certaines règles. Parmi lesquelles, on peut citer :

- La longueur du questionnaire/le temps de passation

Il convient de rédiger un questionnaire bref, afin d'éviter d'ennuyer l'enquêté, mais aussi de faciliter le traitement des données. BOUKOUS précise que :

La durée raisonnable d'une passation à domicile, dans une salle de classe ou dans un lieu tranquille peut atteindre une heure, en revanche une passation effectuée dans des conditions moins favorables, par exemple dans la rue ou dans un lieu de travail ne devrait pas excéder un quart d'heure. (BOUKOUS 1999 : 19)

Dans ce sens, il convient de s'assurer que chaque question posée soit nécessaire et non pas superflue.

- **Des modalités de réponses exhaustives**

S'il est recommandé de ne pas encombrer le questionnaire par des questions superflues, il est aussi impératif de s'assurer que les modalités de réponses proposées dans les questions fermées ou semi-fermées soient exhaustives, suffisantes : « c'est-à-dire qu'elles couvrent le champ des réponses pertinentes possibles » (BOUKOUS 1999 : 20). Dans cette optique, établir un équilibre entre les modalités de réponses positives et les modalités de réponses négatives est impératif. En effet, orienter la liste des réponses proposées vers une direction va certainement biaiser les déclarations des enquêtés et par conséquent les résultats. (DE SINGLY 1992 : 72)

- **Chaque question porte sur un seul élément**

Une question posée ne doit porter que sur un seul élément pour éviter toute possibilité d'ambiguïté comme dans la question suivante : « Il est regrettable que les langues

maternelles ne soient pas enseignées. Qu'en pensez-vous ? comprend en fait deux propositions : (i) les langues maternelles ne sont pas enseignées et (ii) c'est regrettable » (BOUKOUS 1999 : 20).

- **Le vocabulaire usuel & pas de négation**

Les questions doivent être formulées de manière à ce qu'elles soient claires, sans aucune ambiguïté et comprise pour tous les enquêtés. Dans ce sens, il convient d'éviter d'utiliser le jargon. Au lieu d'utiliser par exemple le terme « morphème » ou « néologisme » qui n'est compris que par les chercheurs des sciences du langage, on peut les remplacer respectivement par « mot » et « mot nouveau ». La négation et la double négation peuvent aussi constituer une source d'ambiguïté pour celui qui doit y répondre comme dans la question suivante : Ne préférez-vous pas utiliser les nouveaux mots ? ». C'est la raison pour laquelle, il est conseillé de les éviter.

- **La neutralité**

Les mots utilisés doivent être neutres, exempts de tout préjugé ou jugement de valeur, dans le but d'éviter les réponses biaisées. En effet, le vocabulaire subjectif oriente forcément l'enquêté vers la réponse la plus acceptable socialement. Autrement dit, une réponse qui lui permet de donner une bonne image de soi comme l'explique BOUKOUS :

certaines formulations chargées de connotations négatives peuvent entraîner des réponses biaisées ; par exemple, la question Faut-il autoriser l'enseignement du berbère ? ne suscite pas le même type de réponse que Faut-il interdire l'enseignement

du berbère ?Autoriser et interdire n'ayant pas des valeurs sémantiques équivalentes, le sujet peut répondre non à la deuxième question sans pour autant être disposé à répondre oui à la première.(BOUKOUS 1999 : 21-22)

- **L'in vraisemblable et l'anticipation**

Les questions ne doivent pas être invraisemblables ou d'anticipation. Les questions de ce type ne peuvent être utiles pour une recherche scientifique censée être objective, parce que comme l'explique GIROUX & TREMBLAY :

on ne peut juger scientifiquement des capacités d'anticipation d'un individu à partir de sa bonne foi. On peut encore moins tenir compte de phénomènes non confirmés scientifiquement uniquement en se fondant sur les résultats d'un sondage. Ce terrain est très glissant. Il n'est pas scientifique et il ne faut pas s'y aventurer. (GIROUX & TREMBLAY 2002 : 123-124)

- **Le choix des mots introductifs**

Les mots introductifs des questions doivent être bien choisis afin de s'assurer que l'enquêté a compris les questions comme les entend le chercheur. Dans cette optique, SINGLY :

Ainsi pour Jeanine Richard Zappella les questions suivantes ne sont pas du tout équivalentes :

a. « Les fonctionnaires sont-ils privilégiés ? »

- b. « Pensez-vous que les fonctionnaires sont privilégiés ? »
- c. « Trouvez-vous que les fonctionnaires sont privilégiés ? »
- d. « Estimez-vous que les fonctionnaires sont privilégiés ? »
- e. « Diriez-vous que les fonctionnaires sont privilégiés ? »

La première question (a) fait croire qu'il existe un savoir objectif sur le thème et que la personne interrogée doit le connaître pour répondre (question qui s'apparente alors à une question de test de compétence). Les questions de (b) à (d) sollicitent une opinion personnelle, et de plus en plus personnelle, alors que la question (e) avec l'introduction du conditionnel, demande « une vérité » non seulement personnelle mais aussi susceptible de changer selon d'autres éléments. Pour saisir la manière dont les acteurs sociaux réagissent au nombre des fonctionnaires, la formulation la plus judicieuse doit prendre une des introductions proposées en (b), (c) ou (d). (DE SINGLY 1992 : 76)

Il estime aussi que : « Un énoncé introductif doit, cependant, être évité. C'est le "Croyez-vous que" qui a deux sens, et qui augmente donc l'ambiguïté des réponses obtenues. Le "Croyez-vous que" peut renvoyer à "Pensez-vous que" ("je le juge") ou à "Voulez-vous que" ("je le veux"). (DE SINGLY 1992 : 76).

VI La structure du questionnaire

Tout questionnaire porte un titre et débute par une introduction où le chercheur explique brièvement le contexte de l'étude, l'objectif de sa recherche, et remercie les

enquêtés de leur contribution. Il comprend deux parties. La première porte sur le profil social de l'enquêté : l'âge, le sexe, etc., alors que la seconde sur l'objet de recherche. Cette partie se présente sous la forme de rubriques nettement séparées les unes des autres. Chaque rubrique comprend des questions qui tournent autour du même thème. Le chercheur doit s'assurer que les questions sont mises dans un ordre : « logique et psychologique approprié permet de mettre à l'aise le sujet, par exemple en faisant en sorte que les questions générales précèdent les questions spécifiques et que les questions d'opinion suivent les questions de fait » (BOUKOUS 1999 : 22). Cette cohérence interne facilite aussi bien la tâche de l'enquêteur quant au traitement des données que celui de l'enquêté qui n'aura pas l'impression qu'on saute du coq à l'âne. Néanmoins, cet ordre ne devrait pas influencer sur les réponses des enquêtés comme le souligne BOUKOUS : « Par exemple, la réponse aux questions suivantes sera selon que l'une précède l'autre au la suit : Parlez-vous l'argot ? Pensez-vous que l'argot porte préjudice à celui qui le parle ? » (BOUKOUS 1999 : 22).

Un questionnaire est bien fait non seulement grâce à une bonne structure et des questions bien formulées, mais aussi grâce à sa mise en page. Le chercheur doit s'assurer que son questionnaire est suffisamment lisible, saisi en caractère assez gros et a laissé assez d'espace pour les réponses des enquêtés.

V Le questionnaire/l'entretien

Le questionnaire et l'entretien sont des outils de recherche qui permettent de collecter des données dans le but de les analyser et vérifier les hypothèses énoncées au début de la recherche. Le choix de l'un ou de l'autre dépend de l'état de connaissance sur le

phénomène étudié. L'entretien est privilégié lorsqu'il s'agit d'explorer un domaine peu étudié. Il permet de déceler les nouveaux facteurs grâce à la liberté de réponse accordée à l'enquêté. Dans cette optique, la première différence entre les deux outils concerne le caractère standard du questionnaire et non standard de l'entretien. Contrairement au questionnaire dont les questions sont identiques, l'entretien est unique et ne peut être répété de façon identique à tous les enquêtés. L'enquêteur doit s'adapter aux discours de l'enquêté. Ainsi, le sondage par le questionnaire produit des réponses, alors que l'entretien un discours que l'enquêté peut développer et approfondir. La deuxième différence concerne la taille de l'échantillon. Le questionnaire, outil de la méthode quantitative, est administré auprès d'un nombre plus important des enquêtés que celui de l'entretien, outil de la méthode qualitative. La troisième différence concerne le temps et les moyens financiers. L'entretien nécessite un temps et des moyens financiers plus importants que celui du questionnaire. La quatrième différence porte sur la relation entre l'enquêté et l'enquêteur. Contrairement au questionnaire, l'entretien implique une relation interpersonnelle.

1.L'échantillonnage

- Plans d'échantillonnage
- Strates, grappes...

2.Méthodes des quotas

- Hypothèses et effet sur le coût de la collecte.
- Exemple de note méthodologique.

Optimiser le coût de collecte : l'échantillonnage

Recensement ou sondage ?•

Le recensement est exhaustif alors que **le sondage** utilise la technique de **l'échantillonnage**

= sélectionner les sources d'information de manière à collecter des données

représentatives de l'ensemble de la situation observée

•Sondage

–Par rapport à la population totale, interroger suffisamment d’individus pour avoir une marge d’erreur connue ... et acceptable.

–En effet, il existe un phénomène de saturation: après un seuil donné, la collecte d’informations supplémentaires n’apporte que peu de précisions supplémentaires...

Plans d’échantillonnage de base

- •À l’aveuglette, par volontariat, par jugement d’expert...
- •Aléatoire (chaque unité a une chance égale de figurer dans l’échantillon)
- •Systématique (choix avec un «pas» de sondage défini)



Méthode des quotas

hypothèse : un échantillon qui ressemble à la population pour un caractère que l’on peut facilement connaître, lui ressemble également pour un autre caractère, celui que l’on cherche à étudier

–La méthode implique une bonne connaissance des statistiques de la population étudiée -Pour être retenue comme variable de contrôle, il faut simultanément avoir une distribution statistique connue, être facile d’observation et être fortement corrélée avec la ou les variables étudiées (par exemple PCS/CSP pour les intentions de vote)

–On peut appliquer les quotas en combinant plusieurs caractères, par exemple sexe + âge + profession du chef de famille.

Activité : en choisissant un thème de votre choix, élaborer un questionnaire ou un entretien en fonction du thème choisi.