

5 – L'enquête par questionnaire

Isabelle Parizot

DANS L'ENQUÊTE SOCIOLOGIQUE (2012), PAGES 93 À 113

ARTICLE

L'enquête par questionnaire apparaît aux yeux de certains comme le standard, voire l'idéal d'une enquête scientifique en sciences sociales, du fait du caractère statistique de son exploitation. Inversement, ce traitement statistique effraie parfois étudiants et chercheurs peu familiers avec les méthodes quantitatives, qui renoncent à envisager ce mode de recueil d'informations. Ces postures sont l'une comme l'autre préjudiciables. Il serait dommage en effet d'écarter *a priori* un pan entier des outils auxquels la sociologie peut recourir... mais il convient de garder à l'esprit que les statistiques ne garantissent aucunement la qualité d'une recherche – en particulier si les données utilisées ont été mal recueillies et mal construites.

1

L'intérêt principal de l'enquête par questionnaire est de rassembler une grande quantité d'informations, aussi bien factuelles que subjectives, auprès d'un nombre important d'individus – la représentativité de cet échantillon autorisant d'inférer à l'ensemble de la population d'étude (voir le chapitre de Jean-Marie Firdion et de Marion Selz) les résultats obtenus auprès des enquêtés. L'objectif de telles enquêtes peut être de mesurer la fréquence de caractéristiques (situations, comportements, opinions ou attitudes...) dans une population donnée mais, en sciences humaines et sociales, elles visent surtout à analyser les relations entre ces caractéristiques. Il s'agira, par exemple, d'interroger des personnes sur leur état de santé et sur leur situation sociale, afin de décrire les inégalités sociales de santé et d'analyser les liens qui existent entre santé et milieu social ; ou encore de recueillir les informations nécessaires pour estimer dans quelle mesure la situation familiale influence les modes de sociabilité au sein du quartier de résidence. Toutes les thématiques et problématiques peuvent *a priori* faire l'objet d'une enquête par questionnaire. Le choix d'y recourir ou non dépend surtout de la manière dont est posée la question de

2

recherche – ainsi que de la population étudiée. On soulignera en outre que la taille relativement importante de l'échantillon est non seulement un atout, mais aussi une condition nécessaire à cette méthodologie. Il n'est, par exemple, pas adéquat d'envisager une telle enquête si l'on ne peut interroger plus de 200 personnes. Les analyses sur un faible nombre d'individus permettent rarement, en effet, d'obtenir des résultats statistiquement significatifs (et rappelons qu'il n'est théoriquement pas correct de calculer des pourcentages pour un ensemble inférieur à 100 sujets).

L'enquête par questionnaire repose par ailleurs sur le principe de la standardisation. Les réponses similaires données par des enquêtés différents sont considérées, lors de l'analyse, comme équivalentes. Il convient dès lors de poser précisément les mêmes questions à l'ensemble des personnes interrogées mais aussi d'homogénéiser les conditions de passation – lesquelles sont toujours susceptibles d'influencer les réponses. Cette standardisation est essentielle pour assurer la comparabilité des réponses entre enquêtés. Elle est au fondement de la méthodologie.

Il est parfois reproché à ce type d'enquête de ne pas refléter suffisamment ce que font ou pensent les personnes. Quelques-uns insistent sur le fait que certaines questions induisent fortement les réponses. Ce qui est vrai. D'autres évoquent le fait que les personnes ne répondraient pas de façon sincère ou déformeraient plus ou moins volontairement la réalité. Là encore, ces réactions peuvent exister. Tout l'art de construire l'enquête et de rédiger le questionnaire consiste précisément à contourner ces écueils, afin que les réponses obtenues reflètent au mieux la situation des personnes enquêtées.

Il n'existe pas pour cela de règles méthodologiques immuables. Chaque recherche étant particulière, il est souvent nécessaire d'adapter les outils – et parfois même d'adopter une attitude inverse de ce qui est communément prescrit. On ne trouvera donc pas dans ce chapitre de « recettes » établies ni de règles à appliquer de façon systématique, mais plutôt quelques principes généraux pouvant guider l'élaboration d'un questionnaire. L'objectif est de souligner les principales dimensions auxquelles accorder une attention particulière afin de réduire les sources de biais et d'obtenir des données les plus fiables possibles.

DIFFÉRENTS TYPES D'ENQUÊTES PAR QUESTIONNAIRE

On peut distinguer deux grands types d'enquête, selon que le questionnaire est administré par un enquêteur ou que l'enquêté le remplit lui-même (on parle alors de questionnaire auto-administré). C'est bien souvent en fonction des moyens matériels et financiers à disposition que l'on décide lequel adopter. L'intervention d'enquêteurs compétents et bien formés coûte cher en effet (et ce d'autant plus que le nombre d'interviews à réaliser est élevé et que le questionnaire est long). Mais elle améliore généralement le taux de participation – l'enquêteur pouvant développer ses

arguments pour encourager les personnes à participer – et diminue parallèlement le nombre de questions restées sans réponse. La représentativité de l'échantillon d'une part et la qualité des réponses d'autre part s'en trouvent dès lors accrues. Le choix du mode de passation peut également dépendre des caractéristiques de la population étudiée et, dans certains cas, de l'objet d'étude : il s'agit d'écartier les méthodologies qui introduiraient trop de biais ou diminueraient par trop la qualité des réponses obtenues.

La présence physique d'un enquêteur, lors d'une enquête en « face-à-face », autorise une grande interaction avec l'enquêté – ce qui s'avère utile lorsque celui-ci ne comprend pas une question, qu'il souhaite interrompre l'interview ou que l'on souhaite accompagner le questionnaire de documents tels que des photos ou des graphiques. Ce mode de passation offre également la possibilité d'observer l'environnement de l'enquêté (son lieu de résidence, de travail, etc., selon le lieu où l'enquête est menée). Aujourd'hui, l'ordinateur remplace de plus en plus le « questionnaire papier » pour l'enregistrement, par l'enquêteur, des réponses apportées. C'est ce qu'on appelle la méthode CAPI, pour *Computer Assisted Personal Interview*. Le grand intérêt est de supprimer la phase longue, coûteuse et fastidieuse de saisie informatique *a posteriori* des données. Mais la présence d'un ordinateur lors de l'interview n'est pas neutre et il convient de s'interroger si les représentations qu'en ont les enquêtés (en termes de modernité, de moyens financiers, de maîtrise des technologies, etc.) risquent ou non de perturber leur relation avec l'enquêteur et d'orienter leurs réponses. Ainsi, selon la population interrogée et selon l'objet d'étude, il sera parfois préférable d'utiliser les « questionnaires papier »^[1]. Il conviendra également de tenir compte des contraintes liées à l'utilisation d'ordinateurs, sur le plan matériel, en termes de transmission et de sécurisation des informations collectées, etc.

Enquêter par téléphone permet de bénéficier de l'intervention d'un enquêteur tout en réduisant les coûts de passation, en contournant notamment certains problèmes liés à l'éventuelle dispersion géographique des enquêtés. Il est, là aussi, possible de saisir directement les réponses sur ordinateur (il s'agit de la méthode CATI, pour *Computer Assisted Telephone Interview*) ce qui réduit les coûts de saisie et diminue les risques d'erreurs lors de la saisie des données. L'enquête par téléphone suppose néanmoins certaines conditions en termes d'échantillonnage, que nous ne développerons pas ici^[2]. Un autre inconvénient est qu'il est plus difficile, lorsqu'on ne voit pas son interlocuteur, de repérer chez lui les signes d'une éventuelle lassitude – ce qui augmente le risque d'abandon en cours de questionnaire. Le questionnaire utilisé devra être plus court que ce qu'on peut prévoir en face à face : on considère généralement qu'au-delà de quinze à vingt minutes, l'enquête par téléphone est inadaptée. Les questions posées seront elles-mêmes plus simples et comporteront moins d'items.

7

8

Quelle que soit la méthode adoptée, une attention particulière sera portée aux conditions de passation qui, au-delà des « effets enquêteurs »^[3], peuvent orienter ou influencer les réponses. L'un des soucis lors d'enquêtes téléphoniques est d'ailleurs la difficile maîtrise de ces conditions, l'enquêteur pouvant difficilement contrôler si l'enquêté est seul ou non et si la présence d'un tiers perturbe ou non ses réponses^[4]. Le domicile de l'enquêté apparaît souvent comme un bon endroit pour mener une enquête car celui-ci s'y sent généralement à l'aise et moins contraint par le temps. Mais comme pour l'ensemble des étapes de l'enquête, aucune option n'est *a priori* la meilleure. Un questionnaire sur la violence domestique, par exemple, gagnera peut-être à être passé à l'extérieur du logement familial. Autre exemple, une comparaison des réponses à deux enquêtes sur la consommation de drogues illicites chez les adolescents a montré que l'usage de telles substances est moins déclaré dans une enquête par téléphone et à domicile que lors d'enquête par questionnaire auto-administré en milieu scolaire^[5].

9

On s'interrogera donc, systématiquement, sur le lieu et les conditions de passation les plus à même de faciliter l'acceptation de l'enquête, de mettre en confiance la personne et de susciter des réponses sincères. Il en sera de même concernant l'intervention ou non d'un enquêteur.

10

La présence d'un enquêteur n'est en effet pas toujours nécessaire : va-t-elle améliorer ou au contraire perturber le recueil de données ? Les enquêtes auto-administrées réduisent les biais liés à la présence d'un enquêteur et présentent l'avantage de coûts de passation moindres. Sur des sujets sensibles, elles sont parfois vécues comme moins indiscretes. Inversement, elles supposent que les enquêtés puissent lire et comprendre les consignes indiquant comment répondre – en sachant en outre qu'aucun enquêteur n'est présent pour redresser d'éventuelles incompréhensions. Qu'il s'agisse d'un « questionnaire papier » envoyé par la poste ou transmis directement à la personne (au domicile, sur le lieu de travail, dans un centre de santé, etc.), ou d'un questionnaire « en ligne » à remplir via Internet, l'une des principales limites est le faible taux de participation qu'obtiennent ces enquêtes auto-administrées^[6]. La lettre de présentation accompagnant le questionnaire devra donc, de façon plus cruciale encore que pour les autres modes de passation, mettre en avant de façon brève et claire des arguments qui, non seulement rassurent, mais de surcroît motivent les personnes à répondre. Le caractère anonyme et confidentiel du traitement des données, comme des résultats, y sera clairement annoncé^[7].

11

Certains enquêtés préfèrent les enquêtes auto-administrées : parce qu'ils y trouvent une plus grande liberté pour choisir quand y répondre (en s'y prenant éventuellement à plusieurs reprises) ou parce qu'ils sont plus à l'aise pour aborder des sujets personnels lorsqu'ils ne s'adressent pas directement à un enquêteur. En revanche, devoir gérer seul cet exercice peut en inquiéter d'autres qui, de ce fait, refuseront de participer à l'enquête. Il s'agit là d'une source de biais potentiel dans la mesure où l'échantillon risque alors de sous-représenter les personnes peu

12

familiales avec l'usage de l'écrit – au-delà même des personnes analphabètes, maîtrisant mal le français ou ayant d'importants problèmes de vue... Ces enquêtes ne permettent pas, de surcroît, de contrôler les conditions de passation. On ne peut savoir qui a réellement répondu ni si les réponses ont été produites sous l'influence d'un proche... La décision de recourir ou non à une telle méthodologie devra tenir compte de l'impact éventuel de ces problèmes sur les réponses obtenues, en fonction des thèmes de recherche et de la population d'étude.

LA CONSTRUCTION DU QUESTIONNAIRE

La rédaction d'un questionnaire ne saurait être la première étape d'une recherche. Elle ne peut s'effectuer qu'après un conséquent travail de construction de l'objet et de la problématique de recherche (même si, dans les faits, elle est souvent l'occasion d'approfondir encore sa problématique, en déconstruisant toujours plus le sens commun et les a priori du chercheur). Elle suppose également une connaissance préalable du « terrain », c'est-à-dire de la population étudiée et du domaine de recherche. D'où l'intérêt d'une préenquête qualitative afin de préciser ce qu'on souhaite interroger et comment le faire. Celle-ci permet également de repérer le sens des mots, les connotations qui leur sont attachées et l'usage que la population d'étude en fait.

13

La qualité des réponses obtenues dépendant assurément au moins en partie, de celle des questions posées, la rédaction est une étape primordiale, requérant un temps important (plusieurs versions successives étant toujours nécessaires avant d'aboutir à une version satisfaisante du questionnaire). Elle est d'autant plus complexe qu'il n'existe pas de méthodologie qui indiquerait automatiquement comment procéder, mais uniquement certains principes devant guider la rédaction afin d'éviter les principales erreurs – ce qu'évoquent Rodolphe Ghiglione et Benjamin Matalon en parlant de « méthodologie négative »^[8]. La construction de l'outil nécessite une attitude réflexive, du bon sens et une interrogation systématique sur les effets potentiels de chaque option adoptée.

14

LA RECHERCHE D'INDICATEURS

Rédiger un questionnaire consiste à traduire les questions de recherche en indicateurs puis, dans un second temps, en questions qui seront posées aux enquêtés. Prenons l'exemple d'une recherche s'intéressant au rapport que les habitants entretiennent avec leur quartier selon leur situation sociale. Il est clair qu'on ne peut pas demander directement aux personnes : « Quel est votre rapport à votre quartier de résidence ? » et « Quelle est votre situation sociale ? ». On recherchera donc, dans un premier temps, une série d'indicateurs permettant d'approcher la notion de « rapport au quartier » et celle de « situation sociale ». Cette étape n'est pas neutre, bien que beaucoup n'y prêtent guère d'attention. Elle engage

15

en effet des choix, plus ou moins étayés d'un point de vue théorique, qui auront nécessairement des conséquences lors de l'analyse sociologique des données. Ainsi, pour appréhender la position sociale des personnes, on peut considérer leur niveau d'étude, leur situation au regard de l'emploi, leur catégorie socioprofessionnelle, leur revenu, leur nationalité et statut de résidence, etc. Interroger l'un plutôt que l'autre de ces indicateurs marquera, on l'imagine, les résultats qui seront obtenus.

Les notions centrales pour la recherche sont généralement appréhendées à partir de plusieurs indicateurs. Cela permet de cerner au mieux l'objet d'étude et renvoie, comme le souligne François de Singly, à deux principes : « L'imperfection de la mesure, étant donné les conditions de déroulement de toute enquête ; l'imperfection de l'indicateur, étant donné le fait qu'aucune question ne peut jamais approcher de manière entièrement satisfaisante la notion. »^[9] En poursuivant notre exemple, le rapport au quartier de résidence pourra ainsi être interrogé à travers plusieurs dimensions : le type d'activité effectuée dans le quartier ; la fréquence et la nature des contacts avec les autres habitants ; l'opinion portée sur différents aspects de la vie dans le quartier ; le sentiment de bien-être ou de mal-être à y vivre ; le fait de souhaiter ou non en partir, etc. Chacun de ces indicateurs pourra être étudié séparément, apportant des informations intéressantes en elles-mêmes ; mais ils pourront également être regroupés (agrégés) afin d'analyser le rapport au quartier de façon plus globale.

Une fois déterminés les dimensions et indicateurs que l'on souhaite étudier, il reste à formuler et à organiser les questions permettant de les appréhender.

LA FORME DES QUESTIONS

Les questions d'un questionnaire peuvent prendre plusieurs formes. Deux types sont généralement distingués : les questions fermées, qui demandent à l'enquêté de donner sa (ou ses) réponse(s) en choisissant parmi des modalités prédéfinies ; les questions ouvertes, où aucune réponse n'est prévue *a priori* et laissent l'enquêté libre de répondre ce qu'il souhaite.

Les questions ouvertes présentent l'intérêt de recueillir l'information telle que l'enquêté la perçoit et l'exprime. Mais elles sont plus complexes à exploiter, car elles impliquent une phase plus longue de saisie et demandent, après la phase de terrain, d'effectuer un inventaire des réponses afin d'élaborer une règle de re-codage permettant de réduire la diversité des réponses en quelques catégories analysables de façon statistique^[10]. Elles sont aussi davantage soumises à « l'effet enquêteur » dans la mesure où les enquêteurs reproduisent rarement l'ensemble exact des propos énoncés par le répondant. Dès lors qu'ils traduisent en quelques mots la réponse apportée, le risque est de recueillir les catégories de pensée et d'expression de l'enquêteur plutôt que celles de l'enquêté. Dans les questions ouvertes de surcroît, les informations fournies peuvent s'avérer très floues, dispersées et renvoyant à des

16

17

18

19

dimensions trop divergentes pour qu'elles puissent répondre aux hypothèses du chercheur. Dans une enquête sur la santé, par exemple, nous avons posé la question fermée « selon vous, aujourd'hui, est-ce que certaines choses dans votre vie nuisent à votre santé physique, psychologique ou à votre moral ? », suivie d'une question ouverte adressée aux personnes qui répondaient par l'affirmative : « Si oui, lesquelles ? ». Plusieurs ont répondu « mes conditions de vie », ce qui s'est avéré bien trop vague pour l'analyse que nous souhaitions faire en distinguant les personnes dont la santé est affectée par des tensions dans le cadre familial, professionnel, résidentiel, etc. Peut-être aurait-il été plus utile de demander directement aux enquêtés si leur situation familiale d'une part, leur situation professionnelle d'autre part, leur situation au regard du logement également, nuisaient à leur santé...

Les questions fermées seront donc privilégiées (une enquête par questionnaire n'est de toute façon pas une enquête par entretien !), même si elles risquent parfois de provoquer des incompréhensions et un sentiment de malaise, chez les enquêtés, du fait que ceux-ci doivent se situer par rapport à des items qui ne reflètent pas toujours la complexité de leur situation. Ces questions ne permettent pas, par ailleurs, de saisir des événements non envisagés préalablement. D'où la nécessité d'une pré-enquête qualitative et/ou par questionnaire avec de nombreuses questions ouvertes, afin de repérer l'éventail des réponses possibles. Il convient en effet que les modalités de réponse proposées couvrent l'ensemble des situations potentiellement vécues par les enquêtés. Par ailleurs, lorsque la question n'implique qu'une seule réponse possible^[11], les modalités proposées devront être exclusives les unes des autres, afin qu'une même réalité ne puisse se traduire que par une seule et même réponse^[12].

On notera que certaines questions peuvent être « filtrées », c'est-à-dire qu'elles ne sont posées qu'à certaines conditions – généralement en fonction d'une réponse donnée précédemment. C'est le cas ci-dessus de la question « si oui, lesquelles ? », qui n'était posée qu'aux personnes estimant que certaines choses dans leur vie nuisent à leur santé. L'usage de filtres permet d'adapter le questionnement aux caractéristiques (ou opinions) des personnes. Il évite ainsi d'interroger tous les enquêtés sur un thème qui ne concernerait qu'une partie d'entre eux. On limitera néanmoins le nombre de ces questions dans la mesure où elles compliquent la passation du questionnaire, tout particulièrement lors d'enquêtes auto-administrées. Ne s'adressant qu'à un sous-échantillon de la population, de surcroît, elles réduisent l'effectif de répondants qui devient parfois trop restreint pour en tirer des analyses statistiques significatives.

LE CHOIX DES MOTS

L'une des principales difficultés, lors de la rédaction d'un questionnaire, renvoie à la signification que les enquêtés donnent aux questions qui leur sont posées. Il s'agit que l'ensemble des questions soit non seulement compréhensible par chacun mais

aussi qu'il le soit de la même manière par tous. Cet objectif est souvent plus difficile à atteindre qu'il n'y paraît. Les mots et expressions n'ont pas toujours le même sens, ni les mêmes connotations, dans tous les groupes sociaux. En outre, le chercheur familiarisé avec son domaine d'étude oublie parfois que son vocabulaire relève de la spécialité (du « jargon ») et non du sens commun.

Le choix des termes sera donc fait avec prudence – en privilégiant un vocabulaire accessible au plus grand nombre. Les phrases longues et complexes seront de même écartées au profit de formulations simples et brèves, dont le niveau conceptuel est adapté à la population étudiée. Lorsque l'emploi de termes techniques est inévitable, ceux-ci seront accompagnés d'une brève définition. Dans une enquête sur la santé, par exemple, nous avons ajouté à la question « avez-vous déjà eu une mammographie ? » la précision « c'est-à-dire une radiographie des seins ». Il s'agira donc de supprimer tout terme potentiellement ambigu et d'adopter la formulation la plus claire, concise et précise possible. Pour ce faire, avant de réaliser l'enquête proprement dite, on « testera » (au besoin plusieurs fois) le questionnaire auprès d'une population similaire à celle étudiée, afin de s'assurer de sa bonne compréhension.

23

Il n'est néanmoins jamais possible de s'assurer que les questions ont le même sens pour tous les enquêtés et l'on soulignera que ce risque est encore accentué lors d'enquêtes comparant des groupes sociaux ou culturels très différents. Ceci n'empêche bien sûr pas de procéder à des enquêtes comparatives, mais oblige à s'interroger systématiquement, au moment de la rédaction du questionnaire comme au moment de l'analyse, sur les éventuelles différences d'interprétation des questions.

24

On prendra garde, toutefois, à ne bien poser qu'une seule question à la fois. Certains en effet, en cherchant à être précis, multiplient dans l'énoncé les adjectifs ou les idées au risque, ce faisant, d'interroger plusieurs dimensions en même temps. Lorsqu'on demande, par exemple, « vos voisins sont-ils discrets et respectueux ? », c'est en fait deux questions que l'on pose : l'une sur la discrétion et l'autre sur le respect. Même s'il visait à préciser le propos, l'ajout du terme « respectueux » brouille en réalité la question – et donc la réponse de l'enquêté, dont on ne pourra savoir auquel des deux adjectifs elle renvoie. D'aucuns pourront certes estimer, dans cet exemple, que ces deux adjectifs sont proches et s'éclairent mutuellement... mais cette estimation n'est pas nécessairement partagée par tous et, plus problématique encore, elle risque de varier selon les caractéristiques des individus et selon le contexte (et, par suite, de fausser l'analyse). Ce type d'erreur (le fait d'avoir plusieurs idées ou plusieurs interrogations dans une même question) est en réalité assez fréquent, d'autant plus qu'il renvoie aux présupposés du chercheur (en l'occurrence, dans l'exemple pris, au fait de considérer que la discrétion est un signe de respect). Mais on voit aussi qu'en y accordant le temps et l'attention suffisants, la rédaction

25

d'un questionnaire peut devenir une occasion supplémentaire d'interroger ses propres représentations de l'objet d'étude et d'approfondir sa problématique de recherche.

La précision des questions passera donc par celle des termes employés. Elle passera également par des indications explicites quant aux périodes de temps, à l'espace, aux personnes auxquelles on se réfère, etc. La question « À combien s'élèvent vos revenus ? », par exemple, s'avère très imprécise et ne saurait recueillir d'informations exploitables : parle-t-on des revenus de la personne ou de son ménage ? Des revenus du travail ou de l'ensemble des sources de revenus ? De revenus nets ou bruts, avant ou après impôts, etc.

26

Afin de minimiser l'effet de suggestion que peuvent avoir certaines questions, le vocabulaire sera également choisi en privilégiant les termes neutres aux mots trop connotés (de façon positive ou négative) qui risqueraient d'engendrer une attraction ou au contraire un rejet de certaines modalités de réponse. Si d'une manière générale, il est préjudiciable d'utiliser des mots ayant une forte charge affective, cela est encore plus vrai s'ils ne sont employés que dans l'une (et l'une seulement) des modalités proposées. Il s'agit également de mettre à l'aise l'enquêté, en évitant les termes suscitant de la gêne. L'expression « sans titre de séjour valide », par exemple, sera ainsi préférée à « étranger clandestin » ou « illégal ». La formulation des questions peut en outre influencer la propension à déclarer des attitudes ou des comportements dévalorisés, voire réprouvés socialement. Demander aux personnes si elles « travaillent au noir » engendre généralement une sous-déclaration de ce type d'activité. On préférera une formulation du type : « Exercez-vous votre profession... : 1 / à votre compte ; 2 / comme salarié ; 3 / en aidant un proche dans son travail sans être salarié ; 4 / sans contrat de travail. » Le principe est d'utiliser une expression le plus neutre possible pour désigner le comportement ou l'attitude à appréhender, et de l'intégrer à la question en tant que modalité de réponse équivalente aux autres ; et, quoi qu'il en soit, les questions portant sur des sujets dits sensibles ne seront pas posées en début de questionnaire.

27

L'ORDRE DES QUESTIONS

L'ordre des questions est également important. D'une part, il s'agit de mettre l'enquêté en confiance et à l'aise. Pour cela, les questions difficiles ou sensibles, celles dont on pense qu'elles susciteront quelques réticences (en France, c'est le cas par exemple des questions sur le montant des revenus), ne seront pas posées au début de l'entretien. On commencera plutôt par des thèmes qui à la fois intéressent les enquêtés et ne les impliquent pas de façon trop intime ou personnelle.

28

D'autre part, l'ordre des questions est susceptible d'influencer les réponses – notamment parce que chacune prend un sens particulier en fonction de son contexte, c'est-à-dire des questions abordées au préalable. Les thèmes évoqués

29

précédemment, tout comme les réponses données, mettent de surcroît les enquêtés dans un certain état d'esprit et influencent (de façon souvent inconsciente) leurs réponses ultérieures. En outre, les personnes tendent généralement, et sans nécessairement en avoir conscience, à donner une certaine cohérence à leurs propos. Prenons par exemple la question : « Aujourd'hui, vous sentez-vous bien dans votre quartier ? » Il est probable que les réponses exprimées seront globalement différentes selon qu'elle sera placée en introduction du questionnaire ou qu'elle fera suite à une série d'autres questions sur la vie dans le quartier. Il n'y a, bien sûr, pas d'option optimale *a priori*. On décidera en fonction de ce que l'on cherche : obtenir une appréciation générale et presque « spontanée » sur le quartier, ou une appréciation plus réfléchie qui prenne en compte les différentes dimensions sur lesquelles on aura préalablement interrogé l'enquêté (par exemple les relations avec les voisins, l'offre de services dans le quartier, les équipements culturels et sportifs, la propreté des rues, etc.).

Il est parfois préférable d'éloigner (en intercalant d'autres questions) deux questions lorsque la première risque fortement d'induire la réponse à la seconde. Mais cela n'est pas toujours possible – en particulier parce qu'il convient de veiller à une autre exigence : que les questions soient regroupées par grand thème afin de préserver une certaine logique dans le questionnement et pour que l'enquêté n'ait pas le sentiment de répondre plusieurs fois aux mêmes interrogations. D'une manière générale en effet, le questionnaire sera d'autant mieux accepté que les personnes verront dans son déroulement une continuité et une cohérence – qu'elles n'auront pas le sentiment de « sauter du coq à l'âne » ou de revenir sans cesse sur des thèmes déjà abordés.

Quoi qu'il en soit, on gardera à l'esprit cet effet de l'« environnement » des questions non seulement lors de la conception du questionnaire mais aussi lors de l'analyse des données. Il est particulièrement essentiel d'y penser lorsqu'on compare les réponses à une même question posée dans des enquêtes différentes : bien que rédigée de façon strictement similaire, il ne s'agit jamais tout à fait de la même question dès lors que son contexte diffère^[13].

LA FORMULATION DES QUESTIONS

Quelques règles dans la formulation des questions peuvent par ailleurs limiter ce que L. Mucchielli appelle les « déformations involontaires » de la réalité par les répondants. Différents travaux, menés notamment par des psychologues et des psychosociologues, ont souligné la tendance des enquêtés, plus ou moins inconsciente, à répondre en fonction de ce qu'ils pensent que l'enquêteur (ou le chercheur) attend d'eux, ou en fonction de ce qu'ils pensent que celui-ci valorise. Parallèlement, leurs propos risquent toujours d'être entachés d'un « biais de désirabilité sociale » : soucieux d'apparaître comme normal – voire de se valoriser –, ils tendraient (là encore de façon plus ou moins intentionnelle) à minimiser

30

31

32

certaines caractéristiques discréditées ou embarrassantes. Une autre difficulté tient au « biais d'acquiescement » – c'est-à-dire à la tendance à répondre plus souvent par l'affirmative que par la négative, et à être plus souvent en accord qu'en désaccord avec les propositions soumises.

Dans ces conditions, la formulation même des questions (tout comme leur énonciation par l'enquêteur éventuel) tendra d'une part à n'indiquer aucune attente particulière et, d'autre part, à ne laisser transparaître aucune hiérarchie des réponses. En d'autres termes, aucune modalité de réponse proposée n'apparaîtra comme discréditée ou favorisée.

33

Cela passe notamment par l'équilibre des questions et par celui des réponses précodées. La liste des items proposés comme modalités de réponse n'est en effet pas neutre. Les enquêtés l'interprètent, consciemment ou non. Ils peuvent y voir des indications quant aux modalités légitimes et illégitimes – ou des indications sur ce que l'enquêteur (ou le chercheur) attend. Considérons, dans le tableau suivant, la formulation A. En proposant quatre adjectifs positifs et un seul négatif (placé qui plus est en dernier), la question risque de laisser penser que le chercheur estime anormal d'avoir un avis négatif sur son médecin. Surtout, cette formulation offre moins de possibilités pour exprimer son mécontentement que sa satisfaction^[14].

34

On veillera donc à ce que la liste des réponses proposées reflète autant d'opinions favorables que défavorables à la question posée – autant d'items positifs que négatifs, autant de modalités en accord ou en désaccord avec la proposition. Plusieurs chercheurs recommandent pour ce faire, lorsqu'une série de propositions est soumise à l'enquêté, d'alterner les propositions favorables et celles défavorables à l'objet questionné. Il s'agirait donc de privilégier la formulation C à la formulation B. Cela permet d'une part de ne pas instaurer un climat laissant penser qu'il est *normal* d'être satisfait de son médecin. Cela permet d'autre part de contrer la tendance à l'acquiescement. Cela encourage enfin l'enquêté à réfléchir à chaque proposition plutôt que de « s'installer dans une routine » où ses réponses deviennent systématiques (tout le temps en accord ou tout le temps en désaccord avec les phrases présentées).

35

ENCADRÉ

Formulation A

« Quelle est ou quelles sont les caractéristiques principales de votre médecin traitant ?

1. compétent
2. aimable
3. dévoué
4. ponctuel
5. austère

6. autre

Formulation B

Voici une série de propositions concernant votre médecin traitant. Pour chacune d'elles, diriez-vous que vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec elle ?

Votre médecin traitant est aimable

1. *tout à fait d'accord* 2. *plutôt d'accord* 3. *plutôt pas d'accord* 4. *pas du tout d'accord*

Votre médecin traitant est compétent

1. *tout à fait d'accord* 2. *plutôt d'accord* 3. *plutôt pas d'accord* 4. *pas du tout d'accord*

Votre médecin traitant passe suffisamment de temps avec vous lors des consultations

1. *tout à fait d'accord* 2. *plutôt d'accord* 3. *plutôt pas d'accord* 4. *pas du tout d'accord*

Vous avez de bonnes relations avec votre médecin

1. *tout à fait d'accord* 2. *plutôt d'accord* 3. *plutôt pas d'accord* 4. *pas du tout d'accord*

Votre médecin traitant est facilement joignable

1. *tout à fait d'accord* 2. *plutôt d'accord* 3. *plutôt pas d'accord* 4. *pas du tout d'accord*

Formulation C

Voici une série de propositions concernant votre médecin traitant. Pour chacune d'elles, diriez-vous que vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec elle ?

Votre médecin traitant est compétent

1. *tout à fait d'accord* 2. *plutôt d'accord* 3. *plutôt pas d'accord* 4. *pas du tout d'accord*

Votre médecin traitant n'est pas toujours aimable

1. *tout à fait d'accord* 2. *plutôt d'accord* 3. *plutôt pas d'accord* 4. *pas du tout d'accord*

Votre médecin traitant passe suffisamment de temps avec vous lors des consultations

1. *tout à fait d'accord* 2. *plutôt d'accord* 3. *plutôt pas d'accord* 4. *pas du tout d'accord*

Vous avez de bonnes relations avec votre médecin

1. *tout à fait d'accord* 2. *plutôt d'accord* 3. *plutôt pas d'accord* 4. *pas du tout d'accord*

Votre médecin traitant est difficilement joignable

1. *tout à fait d'accord* 2. *plutôt d'accord* 3. *plutôt pas d'accord* 4. *pas du tout d'accord*

Afin de minimiser les effets de l'attraction pour les réponses positives (« oui », « d'accord »...), on évitera également les questions appelant comme réponse « oui » ou « non » en leur préférant celles qui proposent dans l'intitulé des options symétriques. Par exemple, plutôt que de demander : « votre relation avec votre médecin traitant est-elle bonne ? oui/non », on optera pour un énoncé du type : « Diriez-vous que votre relation avec votre médecin traitant est tout à fait bonne, plutôt bonne, plutôt mauvaise ou tout à fait mauvaise ? » Cette opération nécessite de la prudence car s'il ne semble pas difficile de trouver l'opposé du terme « bon », il n'en est pas de même pour tous les noms ou adjectifs que l'on souhaiterait

interroger. Or, si les deux termes proposés ne sont en réalité pas antonymes l'un de l'autre, c'est en fait deux questions que l'on pose en une seule – ce qui, nous l'avons vu, est préjudiciable pour l'analyse.

Il est souvent opportun de proposer des réponses nuancées, comme ici avec la distinction entre « tout à fait » et « plutôt ». Cette nuance peut être introduite en termes d'intensité, mais aussi en termes de fréquence (« toujours, souvent, de temps en temps, rarement ou jamais ») ou en termes de degré d'accord (« tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord, pas d'accord du tout »). Même si, au moment de l'analyse, les données sont généralement regroupées en deux modalités (« tout à fait ou plutôt d'accord » d'une part et « tout à fait ou plutôt pas d'accord » d'autre part), une gamme d'items plus vaste et incluant des opinions plus nuancées permet aux enquêtés qui n'auraient pas un avis tranché de s'exprimer. Prenons l'exemple d'une personne peu sûre d'elle ou n'ayant pas de critiques radicales à émettre à l'encontre de son médecin. Il lui sera sans doute plus difficile d'émettre un avis défavorable sur leur relation si son choix se limite à « bonne » ou « mauvaise », plutôt que si elle peut répondre « plutôt mauvaise » ou « tout à fait mauvaise ».

37

La nuance des items proposés présente également l'intérêt de favoriser des réponses faisant l'objet de désapprobation sociale (ou dont les enquêtés pensent qu'elles sont dévalorisées). Il est pour l'enquêté moins coûteux d'admettre un comportement stigmatisé lorsqu'il peut préciser que cela lui arrive « parfois », ou « de temps en temps »... Autre moyen pour faciliter l'expression d'attitudes ou de comportements dévalorisés : on peut aussi envisager, dans certains cas, d'introduire la question par une phrase visant à décomplexer cette expression. On précisera par exemple : « Il arrive à différentes personnes de compléter leurs revenus par des petits emplois sans contrat de travail... » avant de poser la question : « Vous-même, au cours des douze derniers mois, vous est-il arrivé de travailler sans contrat de travail ? »

38

LE DEGRÉ D'EFFORT DEMANDÉ AUX RÉPONDANTS

Répondre à une enquête n'est pas une démarche anodine. Indépendamment de tout ce qui renvoie à la situation d'entretien, où l'enquêté livre des informations personnelles (directement ou par l'intermédiaire d'un questionnaire auto-administré) à une personne inconnue et ayant un statut particulier, l'exercice demande aux répondants un certain effort cognitif qu'il convient de considérer non seulement au moment de la rédaction du questionnaire mais aussi lors de l'analyse des données.

39

Même s'il est de bonne volonté, sincère et coopératif, l'enquêté ne sait pas nécessairement répondre aux questions qu'on lui pose. C'est fréquemment le cas lors de sondages d'opinion, parce qu'il peut n'avoir aucun avis sur le sujet sur lequel on l'interroge. Mais ce peut être aussi le cas pour des enquêtes relatives à sa propre vie. Les questions qui appellent une réponse chiffrée, en particulier, suscitent parfois

40

de longues hésitations car la personne n'a pas toujours à l'esprit l'ensemble des éléments qui lui permettraient de répondre de façon exacte. Le domaine d'intérêt du chercheur, en effet, n'intéresse pas nécessairement l'enquêté et celui-ci ne compte pas régulièrement ce que le chercheur aimerait quantifier.

Les réponses données doivent ainsi être appréhendées avec prudence. Leur degré de précision peut être très variable – d'une question à une autre, d'un individu à un autre, d'un groupe social à un autre... Si bien que pour certaines questions, les réponses obtenues ne devraient pas être considérées comme des faits objectivés mais plutôt comme une opinion subjective du répondant sur un fait difficilement quantifiable. Que l'on pense par exemple à la question évoquée par Nicole Berthier « combien y a-t-il de livres dans votre bibliothèque ? »^[15] : il est rare que les personnes sachent précisément le nombre de livres en leur possession... Les questions rétrospectives également sont soumises à d'éventuels biais de mémoire (sans parler de la reconstruction et de la rationalisation que chacun applique aux événements du passé). Les faits anciens ou peu marquants sont tout particulièrement susceptibles d'être mal renseignés car en partie oubliés^[16].

La rédaction du questionnaire s'efforcera donc d'aider l'enquêté à donner les réponses les plus fiables possible. Tout d'abord en ne demandant pas plus de précisions que ce que les personnes peuvent donner (et en prévoyant une réponse « ne sait pas » pour celles qui ne sauraient vraiment pas répondre). Pour les questions rétrospectives, en outre, le risque d'erreurs de mémoire est d'autant plus grand que la période de référence est étendue. Celle-ci sera donc déterminée en fonction de la fréquence des événements et de leur importance aux yeux des enquêtés. Ainsi, si l'on peut envisager d'interroger une personne sur le nombre de déménagements qu'elle a vécus au cours des cinq dernières années, il serait vain de lui demander combien de fois elle a, au cours de cette même période, rencontré ses voisins. La fréquence de ces rencontres sera plutôt appréhendée au cours de la semaine voire de la journée précédant l'enquête.

Décomposer les calculs à réaliser constitue ensuite un bon moyen d'approcher le chiffre recherché. Concernant les revenus du ménage, par exemple, il sera plus efficace de ne pas poser une seule question globale mais d'interroger séparément chaque source de revenus potentielle (les salaires, les allocations chômage, les allocations familiales, les aides sociales, les aides fournies par la famille, les revenus du capital, etc.) puis d'en faire la somme. Proposer des « tranches » de réponses plutôt que d'attendre des chiffres précis peut également faciliter le recueil de données. Dans une enquête menée en Île-de-France^[17], nous avons opté pour ce mode d'interrogation concernant la fréquence des relations entretenues avec les voisins, les collègues, les amis et différents membres de la famille : « À quelle fréquence avez-vous des contacts "en face à face" avec votre père ? Plusieurs fois par semaine ; Une ou plusieurs fois par mois ; Tous les deux ou trois mois ; Moins souvent mais au moins une fois par an ; Plus rarement ; Jamais. » Pour être plus

41

42

43

précis encore et éviter les biais de mémoire, certaines enquêtes s'appuient sur la procédure du carnet. Il s'agit de fournir à l'enquêté un carnet sur lequel il doit noter, au jour le jour, chacun des comportements interrogés^[18].

Rédiger un questionnaire suppose, quoi qu'il en soit pour le chercheur, de faire des compromis entre d'une part ses souhaits concernant l'ampleur et la précision des informations à obtenir et, d'autre part, la réalité de ce que les personnes enquêtées peuvent – et aussi acceptent – dévoiler.

44

La mise en œuvre d'une enquête par questionnaire est parfois perçue comme un moment préalable à la recherche sociologique. Elle en constitue en réalité une phase essentielle. D'un point de vue méthodologique, bien sûr, parce que la qualité des informations recueillies se joue lors de chacune des étapes de l'enquête. Mais aussi et surtout d'un point de vue scientifique, dans la mesure où ces informations sont le fruit d'un processus de construction, plus ou moins objectivé^[19]. Les données recueillies en effet ne reflètent jamais qu'un aspect de la réalité sociale étudiée.

45

Contrairement aux enquêtes par entretiens, cette méthodologie ne permet d'obtenir comme informations que celles fournies en réponse aux seules questions initialement prévues dans le questionnaire. Les choix réalisés lors de la rédaction de celui-ci déterminent ainsi quel aspect de l'objet d'étude sera analysé, de même que la manière dont il sera éclairé. Ces choix engagent aussi, par conséquent, la nature des résultats qui pourront être produits. Il est dès lors essentiel, avant de débiter une telle enquête, d'avoir déjà des hypothèses et informations sur l'objet d'étude. Pour cette raison (mais aussi parce que chaque méthode apporte des éléments de connaissance de type différent), le recours à l'enquête par questionnaire se fera en complémentarité étroite avec les autres types d'outils de questionnement, en particulier qualitatifs.

46

NOTES

[1] Une solution pourrait résider dans le développement actuel de technologies permettant l'utilisation de papiers et stylets électroniques.

[2] Dans le cas d'enquêtes en population générale, on pallie parfois l'absence de base de sondage en générant de façon aléatoire des numéros de téléphone fixes et mobiles.

[3] Il s'agit du fait que les réponses des enquêtés sont en partie influencées non seulement par le comportement des enquêteurs mais aussi par leurs caractéristiques (sexe, âge, etc.). Nous ne développerons pas ici cette question et renvoyons aux nombreuses études sur les « effets enquêteurs », par exemple la recension effectuée par Karl M. Van Meter : « Studying survey interviewers : A call for research and an overview », *Bulletin de méthodologie sociologique*, 2005, octobre, n° 88, p. 61-71. On soulignera également l'importance du professionnalisme des enquêteurs en général et d'une formation spécifique à chaque enquête pour minimiser ces « effets enquêteurs ».

- [4]** On pensera, par exemple, à la situation où l'enquêté, joint sur son téléphone portable, se trouve dans les transports en commun pour répondre au questionnaire...
- [5]** François Beck, Patrick Peretti-Watel, « Les usages de drogues illicites déclarés par les adolescents selon le mode de collecte », *Population*, 2001, vol. 56, n° 6, p. 963-985.
- [6]** Rappelons qu'un taux de réponse faible porte atteinte à la représentativité de l'échantillon.
- [7]** Cette remarque valant pour l'ensemble des types d'enquête.
- [8]** Rodolphe Ghiglione, Benjamin Matalon, *Les enquêtes sociologiques. Théories et pratique*, Paris, Armand Colin, 1998.
- [9]** François de Singly, *L'enquête et ses méthodes. Le questionnaire*, Paris, Armand Colin, « Collection 128 », 2005, 2^e éd., p. 28.
- [10]** Jean-Paul Grémy souligne que la forme des questions, ouverte ou fermée, affecte le contenu des réponses lorsque celles-ci renvoient à des attitudes ou des opinions (mais aurait moins d'influence concernant l'interrogation de faits ou comportements). Voir Jean-Paul Grémy, « Les expériences françaises sur la formulation des questions d'enquête. Résultats d'un premier inventaire », *Revue française de sociologie*, 1987, vol. 28, n° 4, p. 567-599.
- [11]** Selon l'objet de la question, celle-ci peut être à choix unique (une seule réponse possible) ou à choix multiples (l'enquêté pouvant alors donner plusieurs réponses).
- [12]** Envisageons la question suivante : « Quel âge avez-vous ? moins de 18 ans ; 19-40 ans ; 40-60 ans ; plus de 60 ans. » Les réponses proposées ne permettent pas à un enquêté de 18 ans de se situer (liste non exhaustive) ; et les répondants de 40 ans pourront opter pour le deuxième mais aussi le troisième item (modalités non exclusives).
- [13]** Voir, par exemple, les différentes hypothèses avancées par Michel Gollac pour expliquer l'évolution importante des réponses données, à sept ans d'intervalle, à une même question sur les conditions de travail : Michel Gollac, « Des chiffres insensés ? Pourquoi et comment on donne un sens aux données statistiques », *Revue française de sociologie*, 1997, vol. 38, n° 1, p. 5-36.
- [14]** Au-delà de ce problème, cette question s'avère extrêmement mal formulée pour bien d'autres raisons, notamment parce qu'elle renvoie à plusieurs dimensions (disparates et non exhaustives) de la relation au médecin mais ne permet d'émettre un avis défavorable que sur l'une d'entre elles. Toutes les positions à l'égard de l'objet questionné ne peuvent donc pas être exprimées.
- [15]** Nicole Berthier, *Les techniques d'enquête en sciences sociales. Méthode et exercices corrigés*, Paris, Armand Colin, 3^e éd., 2006.
- [16]** La mémoire des enquêtés est également mise à contribution lorsqu'on lui présente une longue liste de modalités de réponses précodées. Au-delà de quatre ou cinq items, cette liste est difficilement mémorisable ce qui renforce l'attraction pour les premières et les dernières modalités citées.
- [17]** Enquête menée dans le cadre du programme SIRS (Santé, inégalités et ruptures sociales).

- [18]** L'IRDES propose, par exemple, ce type de questionnaire pour relever la consommation de soins et l'achat de médicaments sur une période d'un mois. L'INSEE utilise également ce mode de questionnement dans ses enquêtes « Emploi du temps ». Cette méthodologie permet d'obtenir des résultats assez précis mais est particulièrement contraignante pour les enquêtés.
- [19]** En ce sens, l'expression « collecte des données » peut être trompeuse car elle laisse supposer que les données se laissent saisir en l'état alors qu'elles sont de fait construites : par le chercheur, l'enquêteur, l'enquêté, etc.

PLAN

Différents types d'enquêtes par questionnaire

La construction du questionnaire

La recherche d'indicateurs

La forme des questions

Le choix des mots

L'ordre des questions

La formulation des questions

Le degré d'effort demandé aux répondants

AUTEUR

Isabelle Parizot

Mis en ligne sur Cairn.info le 09/12/2016

<https://doi.org/10.3917/puf.paug.2012.01.0093>



Pour citer cet article

Distribution électronique Cairn.info pour Presses Universitaires de France © Presses Universitaires de France. Tous droits réservés pour tous pays. Il est interdit, sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, de reproduire (notamment par photocopie) partiellement ou totalement le présent article, de le stocker dans une banque de données ou de le communiquer au public sous quelque forme et de quelque manière que ce soit.

Cairn.info | Accès via Université de Rouen |