

Enquêtes et production de données par questionnaire

FICHE METHODOLOGIQUE

L'objectif d'un questionnaire

- Recueillir des informations standardisées et quantifiables sur une population donnée**
- Vérifier des hypothèses**
- Produire des analyses statistiques (penser au traitement final des données)**
- Trois types de questionnaires : exploratoires, descriptifs et explicatifs**

L'objectif d'un questionnaire

❑ Quelles informations sont recherchées ?

➤ Problématique de l'étude (quoi) → problématique de recherche (comment)

▪ L'objet lui-même (variables dépendantes)

➤ Caractéristiques fondamentales de la population étudiée (actifs occupés : performances sur le marché ; micro-entreprise informelle: caractéristiques, performances)

▪ Les déterminants (variables indépendantes)

➤ Déterminants sociaux, géographiques, économiques, institutionnels, politiques, changements observés dans le temps, exposition à un « traitement »...

▪ Informations factuelles vs subjectives

➤ Ex : Êtes-vous satisfait dans votre emploi actuel ?

Les « règles » du questionnaire

❑ Les différents types de questions

▪ Type de questionnement : questions fermées vs ouvertes

➤ Questions fermées

- rapidité d'obtention d'une information simple et standardisé / incompréhension, risque de canaliser (orienter) la réflexion du répondant (importance d'une préenquête (test) du questionnaire) , lassitude

➤ Questions ouvertes (démarche exploratoire)

- mieux capter les perceptions des répondants mais plus complexes à exploiter: recodage, « effet enquêteur », informations très floues, superficielles et trop divergentes...

➤ Questions mixtes, questions filtres (précodées)

- bien couvrir toutes les possibilités, mêmes difficultés avec le recodage....

Les « règles » du questionnaire

❑ Les différents types de questions

▪ Type de questionnement : nature de l'information recherchée

- Questions signalétiques : caractéristiques objectives des répondants (sociodémographiques)
- Questions sur les faits ou comportements: activité économique, emploi, entrepreneuriat
- Questions d'opinion : perception de l'action des pouvoirs publics
- Questions d'intention: projets

Les « règles » du questionnaire

❑ La formulation des questions

▪ Le choix de mots

- Vocabulaire simple, accessible à tous et le même pour tous: mots de la vie courante (brève explication)
- Réponses dépourvues d'ambiguïté (beaucoup, souvent...)
- Formules neutres : pensez-vous, selon vous ?
- Eviter les termes et concepts qui prêtent à confusion. Ex: « *d'une manière générale êtes vous satisfait de votre travail ?* »; « *Etes vous favorable à une intervention en Centrafrique ?* »

▪ Une seule question par question, pas de double négations

Tableau 1. Pensez-vous que les États-Unis doivent autoriser/doivent interdire les discours publics contre la démocratie?

Source: Bon, F. *Les sondages peuvent-ils se tromper?*, 1974

Première formulation (« doivent autoriser »)		Seconde formulation (« doivent interdire »)	
Doivent autoriser	21 %	Ne doivent pas interdire	39 %
Ne doivent pas autoriser	62 %	Doivent interdire	46 %
Sans réponse	17 %	Sans réponse	15 %
	100 %		100 %

Dans la première formulation, 62 % des Américains approuvent l'interdiction des discours hostiles envers la démocratie, proportion qui tombe à 46 % si on utilise « doivent interdire » (tableau 1). Un tel décalage peut surprendre, mais il existe cependant une explication : dans un pays qui valorise fortement la liberté, il est difficile d'accepter le principe d'un contrôle de la liberté d'expression. « Ne pas autoriser » est donc une formulation plus acceptable ; elle dit les choses de manière euphémisée.

Les « règles » du questionnaire

□ La formulation des questions

- **Ne pas imposer une problématique (questions totalement étrangères)**

- S'efforcer d'être neutre

- Exceptions: questions volontairement « chargées »

- pour légitimer par avance un comportement socialement répréhensible

- lorsqu'il est nécessaire de préciser les définitions et termes du débat (ex: question sur la baisse des impôts)

Les « règles » du questionnaire

❑ Les modalités de réponses

▪ Doivent être conçus comme un ensemble cohérent

- Exhaustives (toutes les modalités)
- Homogènes (une seule question pour un seul élément)
- Mutuellement exclusives (les individus présentent une et une seule modalité)
- Principe de symétrie: autant d'opinion favorables que défavorables, éviter les effets d'attraction pour les réponses positives (« oui », « d'accord »)

Les « règles » du questionnaire

❑ Les modalités de réponses

▪ Réponses binaires (dichotomique) vs listes (échelles)

- Variable dichotomique : situation intermédiaire (ne pas prendre parti), réduction du débat

- Items sous forme de listes ou échelles: permet aux répondants de mieux nuancer leurs réponses, évite d'enfermer le répondant
 - Ordre aléatoire ou échelle ?
 - » **Echelle de Likert** : degré d'accord avec une proposition (tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord, pas du tout d'accord)
 - » **Echelle d'Osgood**: opposition entre deux termes et situation de l'enquêté sur un échelle discrète (1-10 par ex.)
 - » **Echelle de Thurstone**: suite ordonnée de termes, séparés par des intervalles psychologiques de même amplitude (échelles de satisfaction)

Les « règles » du questionnaire

Tableau 2. *D'une manière générale, diriez-vous que ?*

Il y a trop ou pas trop de personnes d'origine étrangère		Il n'y a pas assez, juste assez ou trop de personnes d'origine étrangère	
Trop	60	Trop	48
		Juste assez	43
Pas trop	30	Pas assez	1
Ne se prononce pas	10	Ne se prononce pas	8

Source : Baromètre Louis Harris sur le racisme et la xénophobie (2000).

Les « règles » du questionnaire

❑ Les biais dans les réponses

▪ Biais liés au manque de précision du vocabulaire

- Sens différents selon les répondants : « souvent », « personnes proches », « bien connaître », « profit »... « vous » (le ménage ou l'individu)

▪ Biais de mémoire (oublis et biais cognitifs)

- La mémoire n'est ni passive, ni mécanique: active et sélective.
 - Tendence à oublier certains événements (importance qu'on leur accorde)
 - Tendence à reconstruire les événements du passé en fonction du présent
 - Surreprésentation des événements récents

Les « règles » du questionnaire

❑ Les biais dans les réponses

▪ Biais de désirabilité sociale

- Image de soi : âge, diplôme, profession
- Les actes socialement bien vus peuvent favoriser des réponses d'approbation / actes socialement réprouvés (ex: corruption)
- Renvoi aux normes sociales et aux tabous en vigueur dans une société

▪ Biais des réponses factices (Bourdieu, 1984)

- « Tout le monde peut avoir une opinion », amener des individus à se prononcer sur un sujet

Les « règles » du questionnaire

❑ L'agencement du questionnaire

▪ Pensez l'ordre des questions

- Mise en confiance / facilité le travail du répondant : du simple au complexe (délicat), du général au particulier
- Maintenir l'attention du répondant: rythme, variation de style
- Maintenir la cohérence : approche par modules (thématiques : logement, santé, emploi; informations quantitatives/qualitatives)
 - Permet de fractionner la conception du questionnaire : ordre des modules, puis ordre des questions à l'intérieur des modules
 - L'ordre peut avoir des effets sur les réponses, rafraichir la mémoire du répondant

Tableau 1 : Types de questions
QUESTIONS FERMÉES
Le sujet répond en choisissant une ou plusieurs des réponses proposées, en fonction de ce qui lui est précisé par l'enquêteur ou indiqué dans le questionnaire. Le nombre de modalités peut être plus ou moins important. Ce type de question est adapté au calcul d'indicateurs simples.
Questions numériques
Réponse chiffrée : quantité, âge ... Il est très important de ne pas oublier de préciser l'unité attendue. Ex : Quel est votre âge ? [__] ans
Questions catégorielles
Les réponses sont des catégories et le répondant ne peut se trouver que dans une seule de ces catégories. Ex : Sexe
Questions binaires
Seulement deux modalités sont proposées et l'enquêté doit sélectionner la réponse qui lui correspond. Ex : Êtes-vous sous ARV? Non / Oui
Questions à choix multiple
Une ou plusieurs modalités de réponse sont proposées à la personne interrogée et elle doit sélectionner celle(s) qui lui correspond(ent). Ex : Quel traitement prenez-vous habituellement lors d'une crise de paludisme (faites une croix dans la case qui est devant le traitement que vous prenez, ne cochez pas les autres)? Artésunate-Amodiaquine / Coartem / Quinine / Chloroquine / Médecines traditionnelles / Autre
Questions à échelle
Ces questions permettent d'obtenir un niveau de satisfaction ou de perception. Ex : Quel est votre niveau de satisfaction après votre consultation ? Très / Assez / Peu / Pas du tout (satisfait)
Questions ordinales
Ces questions sont utilisées lorsque que l'on cherche à affecter un rang aux réponses données par le répondant. Ex : Classez les qualités d'un travailleur de santé communautaire dans un ordre d'importance de 1 à 4 (1 pour celle étant la plus importante pour vous, 4 pour la moins importante) : Connaissances médicales / Disponibilité / Organisation / Hygiène.
QUESTIONS OUVERTES
Le remplissage d'un questionnaire formaté est souvent contraignant, il est alors parfois important de valoriser la position de la personne interrogée. Un champ libre est une zone où la personne qui remplit est libre d'écrire/répondre ce qu'elle veut en réponse à une question. La réponse n'est plus contrainte, ni le fond ni la forme de la réponse ne sont maîtrisés. Lorsqu'il s'agit d'une enquête en face à face, l'enquêteur peut être amené à noter tout ou partie de la réponse, et à réinterpréter la réponse avec ses propres mots. Ex : Comment pensez-vous pouvoir vous protéger d'une IST?

Avantages / Inconvénients
Questions simples et efficaces.
Nombreux traitements statistiques possibles (regroupement en classes, moyenne).
Traitements statistiques simples. Variables utilisées pour faire des croisements de résultats par profils de répondants.
Surestime la plupart du temps la proportion d'acquiescement. Afin de limiter ce risque il faut éviter de présenter une question en positif ou en négatif. Le oui peut être choisi car un non est trop fort.
Indiquer le nombre de réponses possibles (une ou plusieurs). Dans le cas d'une question ne permettant qu'une seule réponse, si le sujet ne trouve pas de réponse le satisfaisant, il risque de ne pas répondre ou de se tourner vers la proposition la moins éloignée de son opinion.
Une échelle avec un nombre pair de réponses (ex: Très / Assez / Peu / Pas du tout) oblige un répondant indécis à choisir entre une réponse positive (Assez) et une réponse négative (Peu). A l'inverse, un biais peut exister si l'échelle a un nombre impair de réponses. Une partie des répondants indécis donnera la réponse du milieu de l'échelle (ex : « Moyennement » dans « Très / Assez / Moyennement / Peu / Pas du tout »).
limiter le nombre de réponses à classer à 4 ou 5. Ces questions peuvent être difficiles à analyser, l'analyse la plus simple consistant à ne considérer que la réponse choisie en premier.
Permet à la personne de répondre librement à la question, avec ses mots, sans contrainte de réponse imposée. Malgré l'intérêt qu'elles peuvent présenter en théorie (notamment lorsqu'on ne connaît pas la liste des réponses possibles), il est recommandé d'en faire un usage modéré (3-4 par questionnaire maximum), en les réservant aux modalités des questions « Autres » et à un commentaire libre en fin de questionnaire. En effet, l'analyse des questions ouvertes prend du temps.

Les « règles » du questionnaire

❑ Validité du questionnaire

- Analyse statistique
- Connaissance préalable et de première main du terrain (ne pas plaquer des catégories abstraites)

▪ Réalisez un test du questionnaire

- Evaluer le temps de passation du questionnaire (cf. Intro)
- Chaque question est essentielle (conformité) ?
- Chaque question produit une information pertinente (objectif) ?
- Faire une analyse statistique des résultats du test (réajustement)

Bibliographie indicative

- ❑ Bourdieu, P. (1984) *Question de sociologie*, Paris, éditions de Minuit.
- ❑ Bréchon, P. (sd) (2011), *Enquêtes qualitatives, enquêtes quantitatives*, PUG.
- ❑ Combessie, J.C. (2007), *La méthode en sociologie*, La découverte, Repères.
- ❑ De Singly, F. (2005) *L'enquête et ses méthodes. Le questionnaire* (Paris : Armand Colin), 2ème édition.
- ❑ Fenneteau, H. (2007) *Enquête : entretien et questionnaire*, Dunod, Topos.
- ❑ Paugam, S. (sd) (2010), *L'enquête sociologique*, PUF
- ❑ UN (2010), *Guide pratique pour la conception d'enquêtes sur les ménages*, Département des affaires économiques et sociales - Division de statistique, Études méthodologiques Série F n° 98