

Séance 5 : Le QUESTIONNAIRE D'ENQUÊTE

1) Définition :

Le questionnaire est, de toutes les méthodes de psychologie sociale, la méthode la plus connue et la plus fréquemment utilisée. Cette méthode présente de nombreux avantages et est pratiquement la seule qui soit adaptée aux enquêtes quantitatives (Chauchat, 1985).

C'est une suite de questions standardisées destinées à planifier et faciliter le recueil de *témoignages verbaux*.

2) Quand utiliser le questionnaire ?

Avant toute chose, il faut vérifier la pertinence de l'utilisation de cette méthode dans le cadre de la recherche.

Trop d'étudiants se rendent compte trop tard que le questionnaire n'était pas l'outil approprié (par exemple, une observation directe aurait apporté une information plus interprétable).

Avant d'adopter cette technique, il faut s'assurer qu'un témoignage verbal sous forme de réponse à des questions standardisées est bien un moyen approprié pour éclairer les hypothèses posées.

Donc, il y a trois aspects importants à prendre en compte pour utiliser le questionnaire :

Le verbal (ce qui peut être exprimé seulement).

Le manifeste (accès à l'information possible).

Le quantitatif (les résultats peuvent être analysés dans une perspective comparative et doivent pouvoir se traduire sous une forme numérique).

Il est limité à l'étude de réponses verbales ce qui pose un problème (problème classique : *l'écart entre ce qu'on dit et ce qu'on fait*).

3) Les différents types d'informations recueillies :

Quels sont les types d'informations que nous pouvons recueillir par le questionnaire ?

a- Les connaissances testables : questions Vrai/Faux.

« François MITTERRAND a été élu président de la République française en 1975. Vrai/Faux ».

« D'après vous la force centrifuge se manifeste en présence comme en l'absence de gravité ? Vrai/faux »

b- Les déclarations de comportements passés et actuels : des questions précises portent sur des comportements personnel qui se sont réalisés.

« Etes-vous allé au cinéma au moins une fois depuis le début de l'année ? Oui/Non ».

c- Les intentions de comportements : les questions ici portent sur les projets non encore réalisés.

« D'ici deux ans, j'aurai arrêté de fumer. Vraisemblable/Invraisemblable ».

d- Les auto-description : les questions renvoient à se caractériser (connaissance sur soi).

« Notez trois caractéristiques de vous-même que vous jugez positives »

1-.....

2-.....

3-.....

e- Les opinions et les croyances : dans cette situation il n'existe pas de bonnes ou de mauvaises réponses.

« Etes-vous favorable au remplacement des petites peines de prison - moins de 6 mois - par des travaux d'intérêt général ? »

1- Pas du tout d'accord

2- Pas d'accord

3- Indécis

4-D'accord

5-Tout à fait d'accord

f- Les jugements directs de valeur : il s'agit explicitement d'attribuer une valeur - bonne ou mauvaise - à un objet, une organisation, une personne

ou un groupe. Ces jugements sont la matière première des recherches sur les attitudes.

« *Considérez-vous que la direction est :* »

1- *incompétente*

2- *plutôt incompetente*

3- *ni compétente ni incompetente*

4- *plutôt compétente*

5- *compétente*

g- Les attributions de comportement : attribution de causalité et de responsabilité.

« *Quelles sont, selon vous, les causes principales de réussite à l'université pour un/e étudiant/e ?* »

4) Conditions d'application :

Quelles sont les conditions qui rendent possible la réponse d'un/e participant/e aux questions ?

- 1- Le sujet doit accepter de répondre aux questions.
 - 2- Il doit comprendre ces questions. Une question mal formulée ou formulée dans le jargon du chercheur a toutes les chances de ne pas être comprise.
 - 3- Il doit posséder les informations que l'on cherche à obtenir, être capable de s'en souvenir et il doit être motivé pour le faire.
 - 4- Il accepte de répondre sincèrement aux questions posées.
 - 5- Il peut traduire ses réponses dans le format proposé par le questionnaire. (échelle, nombre de réponses possibles...).
- Le chercheur doit explicitement construire une consigne indiquant aux participant/es comment répondre aux questions posées.

5) Pour rassurer le sujet, il faut :

- 1- Garantir l'anonymat et la confidentialité des réponses.
- 2- Situer le questionnaire dans un contexte sérieux.
- 3- Rassurer le sujet sur l'exploitation des réponses.
- 4- Faire preuve de neutralité bienveillante.
- 5- Être fidèle dans les transcriptions.

6) Le choix du terrain :

Il dépend fortement de la population recherchée. Il faut faire attention au contexte physique (bruit, fatigue, aspect pratique pour écrire...). L'homogénéité de contexte est indispensable.

7) Le mode d'administration :

Qui pose les questions ? Qui remplit le questionnaire ?

- 1- Passation administrée ou auto-administrée : dans le premier cas, le chercheur ou l'enquêteur remplit le questionnaire. Dans le deuxième cas (auto-administrée), le sujet remplit lui-même le questionnaire.
- 2- Passation individuelle ou groupales
- 3- Passation face à face ou via un média ? (Internet, poste, téléphone...).

8) Les différents formats de question :

Les questions peuvent prendre plusieurs types :

- 1- Les questions ouvertes
- 2- les questions fermées

Ces types de questions sont définis par rapport aux possibilités de réponses qui sont données aux personnes interrogées.

Les questions ouvertes : la question ouverte est une question à laquelle aucune proposition de réponse n'est faite.

Les questions fermées : la question fermée est une question à laquelle une proposition de réponse est faite. La tâche des sujets est donc de choisir une réponse prédéterminée.

Il existe plusieurs types de questions fermées :

- 1- **Les échelles catégorielles simples**, par exemple, Vrai/Faux ; oui/Non. A utiliser pour des déclarations de faits, de comportements...

« Avez vous déjà utilisé le Minitel au moins une fois depuis le début de l'année ? Oui/Non »

- 2- Les items à choix multiples (Q.C.M.) ou semi-ouverte**, à utiliser pour les opinions ou pour évaluer le niveau de connaissance des sujets etc. Il est indispensable d'indiquer aux sujets s'ils peuvent choisir une seule ou plusieurs réponses.

« On attribue la criminalité de notre époque à des causes diverses. En voici quelques-unes.

- 1- Il n'y a plus de morale à notre époque
 - 2- Il y a de plus en plus de chômage
 - 3- Il y a des catégories de gens qui sont vraiment trop défavorisés
 - 4- Autre (précisez, s'il vous plaît).
- Voulez-vous me dire laquelle vous paraît la plus importante ?

- 3- Les classements**, à utiliser pour connaître la hiérarchie entre plusieurs propositions ou préférences.

« Indiquez parmi cette liste, par ordre décroissant, les trois musiciens que vous préférez (Chopin ; Bach ; Mozart) »

- 4- Les échelles de Lickert** : Lickert proposa dès 1932 de mesurer directement les jugements de valeur (attitude).

L'échelle présente un continuum entre un pôle très favorable et un pôle très défavorable.

Les sujets évaluent une proposition sur une échelle en cinq points (échelle ordinale) ou sept points...

Selon les contextes, les modalités de l'échelle. Les échelles seront identifiées par des valeurs numériques :

1 2 3 4 5

Pas du tout d'accord 1 2 3 4 5 6 7 tout à fait d'accord

Ou des adverbes :

Jamais ? Rarement ? Assez souvent ? Souvent ? Très souvent ?

- 5- **Le différenciateur de Osgood** : échelle bipolaire qui propose des termes antithétiques. A utiliser avec des évaluations de traits par exemple (antipathique/sympathique ; prudent/ imprudent).
- 6- **Les questions retraitées** : méthode qui consiste à interroger les sujets plusieurs fois avec la même question.

9) Les grandes étapes d'une étude par questionnaire :

- 1- Formulation de la problématique et des hypothèses.
- 2- Définir la population interrogée (échantillonnage), combien ? qui ?
- 3- Elaboration de la liste des informations à recueillir.
- 4- Rédiger ces informations sous forme de questions standardisées : choix des formats de réponse.
- 5- Définir le mode d'administration du questionnaire : Qui interroge ? Où ? Comment ?
- 6- Organiser ces questions : ergonomie du questionnaire + rédiger le questionnaire : consignes orales et écrites, présentation générale et mise en page.
- 7- Effectuer une étude pilote : mesure la durée de passation et ses conditions, vérifier sa faisabilité, tester le mode d'administration et tenir compte des commentaires et des questions.
- 8- Modifier le questionnaire en fonction des commentaires.
- 9- Réaliser le questionnaire définitif.
- 10- Coder (traduction des réponses sous une forme numérique), analyser et interpréter (analyse descriptive et inductive).

10) Poser des questions : ce qu'il ne faut pas faire :

1- Poser deux questions à la fois,

« Aimez-vous voyager en train et en bus ? Oui/non »

2- Orienter la question dans le sens d'une réponse particulière (question qui suggère une réponse)

« Franchement, ne faudrait-il pas... ? Ne croyez-vous pas que... ? »

3- Introduire dans la question des termes techniques et des mots complexes.

« Que pensez-vous de l'interculturalité ? »

4- Introduire dans la question des négations ou doubles négations,

« Selon vous, ne faut-il pas que le psychologue ait davantage de pouvoir dans l'entreprise ? »

5- Poser des questions imprécises, ambiguës et vagues,

« Depuis combien de temps vivez-vous ici ? »

6- Proposer des réponses ambiguës,

« Chaque jour, buvez-vous : énormément, beaucoup, un peu ou très peu de café ? »