Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique
Université Abderrahmane Mira de Bejaia
Faculté des sciences humaines et sociales
Département de sociologie
Cours destiné aux étudiants de sociologie, niveau L3
Cours : enquête de terrain
Enseignant de la matière
Dr SMAIL Idir

Cours 6 : le questionnaire et l'enquête par sondage

Objectifs du cours

1. Concevoir un questionnaire valide et fiable ;
2. Maîtriser les techniques d'échantillonnage pour assurer la représentativité ;
3. Administrer un questionnaire selon différents modes (face-à-face, téléphone, en ligne) ;
4. Analyser statistiquement les données d'enquête ;
5. Évaluer les limites et biais spécifiques aux enquêtes par questionnaire.

Cours 6 : le questionnaire et l'enquête par sondage

Introduction

Le questionnaire et l'enquête par sondage constituent les techniques quantitatives les plus répandues en sciences sociales. Dans son manuel de référence, BABBIE (1989) présente le sondage comme une méthode qui vise à décrire les attributs d'une population en étudiant un échantillon de celle-ci. Cette approche permet d'obtenir une vue d'ensemble et de formuler des généralisations sur les phénomènes sociaux étudiés. Ce sixième cours examine les fondements épistémologiques, les procédures méthodologiques et les enjeux pratiques du *questionnaire* et de l'enquête par *sondage*.

I- Fondements épistémologiques et historiques

1. Définitions et caractéristiques

DUVERGER (1961) caractérise le questionnaire comme un outil de collecte standardisé, structuré autour d'une suite de questions organisées selon une séquence fixe. Son objectif est de recueillir des données comparables auprès d'un groupe d'individus. DUVERGER définit parallèlement l'enquête par sondage comme une procédure systématique de collecte d'informations appliquée à un échantillon représentatif. Cette méthode autorise l'inférence des résultats observés sur l'échantillon à l'ensemble de la population de référence.

BABBIE (1989) identifie cinq caractéristiques fondamentales du questionnaire :

1. Standardisation : mêmes questions, mêmes formulations pour tous ;
2. Structuration : ordre fixe, modalités de réponse prédéfinies ;
3. Quantification : production de données numériques analysables statistiquement ;
4. Représentativité : inférence de l'échantillon à la population ;
5. Économie : collecte rapide de données auprès de grands échantillons.

2. Origines et développement historique

Encyclopaedia of the Social Sciences (1930-35) retrace les origines du *sondage* :

- XIXe siècle : premières enquêtes sociales (Le play, Booth) ;
- Années 1930 : développement des techniques d'échantillonnage probabiliste ;
- Après-guerre : institutionnalisation avec la création d'instituts de sondage ;
- Années 1970 : développement des enquêtes longitudinales et comparatives.

LAZARSFELD (1955) montre comment l'école de *Columbia* a contribué à théoriser et à systématiser la méthode des enquêtes, notamment à travers les études sur le vote et l'influence des médias.

3. Statut épistémologique

BLALOCK (1977) analyse le statut épistémologique du sondage dans le débat quantitatif/qualitatif :

Position épisté-mologique	Conception du sondage	Implications méthodologiques
Positiviste	Mesure objective de faits sociaux	Standardisation rigoureuse, quantification
Interprétativiste	Accès indirect aux repré-sentations	Attention aux formulations, contextualisation
Critique	Instrument de normalisa-tion sociale	Analyse des biais, réflexivité sur les usages

GRAWITZ (1993) met en garde contre une vision naïve du sondage. Elle affirme que celui-ci ne constitue pas un reflet exact et neutre du réel social, mais bien une production méthodologique élaborée qui génère une représentation spécifique de cette réalité.

II- Conception du questionnaire

1. Processus de conception

GOODE & HATT (1952) détaillent les étapes de construction comme suit :

Étape	Objectifs
Définition des objectifs	Clarifier ce qu'on cherche à mesurer
Opérationnalisation	Traduire les concepts en indicateurs mesu-rables
Formulation des questions	Rédiger des items clairs et non ambigus
Organisation du questionnaire	Ordonner logiquement les questions
Prétest	Tester et améliorer l'instrument

CHADWICK, BAHR et ALBRECHT (1984) insistent sur l'importance de l'opérationna-lisation qui doit établir un lien clair entre les concepts théoriques et les indicateurs mesurables.

2. Typologie des questions

FESTINGER & KATZ (1963) présentent une classification détaillée des questions à poser aux enquêtés :

- Questions factuelles :
  - Caractéristiques sociales : âge, sexe, profession ;
  - Comportements : pratiques, fréquences, durées ;
  - Possessions : biens, équipements, ressources.
- Questions d'opinion :
  - Évaluations : jugements, satisfactions, préférences ;
  - Croyances : convictions, représentations ;
  - Attentes : anticipations, projections.
- Questions de connaissance :

- Informations : savoirs, reconnaissances ;
- Compréhensions : interprétations, explications.

DUVERGER (1961) ajoute une distinction selon le format de réponse :

Type de réponse	Caractéristiques	Exemples
Ouverte	Réponse libre, non dirigée	« Que pensez-vous de...? »
Fermée	Choix parmi des modalités prédéfinies	Oui/non, échelle de LIKERT
Semi-ouverte	Modalités prédéfinies + possibilité d'ajout	Liste avec « autre (préciser) »

3. Règles de formulation

SELLTIZ, WRIGHTSMAN et COOK (1977) énoncent des principes essentiels pour la formulation des questions, à savoir :

1. Clarté : langage simple, concret, accessible ;
2. Neutralité : éviter les formulations subjectives ou orientées ;
3. Précision : une seule idée par question ;
4. Pertinence : questions compréhensibles et acceptables pour les répondants ;
5. Exhaustivité : couvrir tous les cas possibles dans les réponses fermées.

BABBIE (1989) identifie des écueils fréquents à éviter :

- Questions doubles : « êtes-vous satisfait de votre travail et de votre salaire ? » ;
- Négations : « n'êtes-vous pas d'accord que...? »
- Termes ambigus : « souvent », « beaucoup », « récemment » ;
- Hypothèques culturelles : références incomprises dans certains milieux ;
- Questions sensibles : sans précaution particulière.

4. Échelles de mesure

BLALOCK (1977) présente les principales échelles de mesure utilisées en sociologie:

Type d'échelle	Propriétés	Exemples
Nominale	Catégories sans ordre	Sexe, profession, religion
Ordinale	Catégories ordonnées	Niveau d'éducation, satisfaction
Intervalle	Intervalles égaux, zéro arbitraire	Température Celsius, scores de tests
Rapport	Intervalles égaux, zéro absolu	Âge, revenu, nombre d'enfants

CHADWICK, BAHR et ALBRECHT (1984) détaillent les échelles d'attitude couramment utilisées, notamment en sciences sociales :

- Échelle de LIKERT : degré d'accord avec des affirmations ;
- Échelle différentielle sémantique : bipolarité sémantique ;
- Échelle de GUTTMAN : hiérarchie cumulative d'items ;
- Échelle de THURSTONE : items calibrés par juges.

III- Échantillonnage et représentativité

1. Principes de l'inférence statistique

BLALOCK (1977) explique les fondements logiques de l'échantillonnage à partir de la population d'étude :

- Population : ensemble de référence dont on veut décrire les caractéristiques ;
- Échantillon : sous-ensemble sélectionné pour l'enquête ;
- Paramètre : caractéristique de la population (inconnue) ;
- Estimateur : caractéristique de l'échantillon (connue) ;
- Erreur d'échantillonnage : écart entre l'estimateur et le paramètre.

BABBIE (1989) précise que la *représentativité* dépend de deux conditions :

1. Sélection aléatoire : chaque individu a une probabilité connue et non nulle d'être sélectionné ;
2. Taille suffisante : nombre d'individus permettant une précision acceptable.

2. Méthodes d'échantillonnage

GOODE et HATT (1952) présentent une typologie complète, répartie en deux catégories :

- Échantillonnage probabiliste :
- Aléatoire simple : tirage au hasard dans la liste complète de la population ;
- Systématique : sélection d'un individu sur *n* après un départ aléatoire ;
- Stratifié : division en *strates* homogènes, puis tirage dans chaque strate ;
- En grappes : tirage de *groupes* naturels (quartiers, classes), puis enquête exhaustive dans les grappes ;
- À plusieurs degrés : combinaison de plusieurs méthodes.

- Échantillonnage non probabiliste :
- De commodité : sélection des individus les plus accessibles ;
- Par quotas : reproduction de la structure de la population sur certaines variables ;
- Boule de neige : à partir des réseaux de relations des premiers enquêtés ;
- Raisonné : sélection délibérée d'individus jugés typiques ou informatifs.

DUVERGER (1961) souligne que seuls les échantillons probabilistes permettent une généralisation statistique avec calcul d'erreur.

3. Détermination de la taille d'échantillon

BLALOCK (1977) présente les principaux facteurs influençant la taille de l'échantillon :

- Variabilité de la population : plus la population est hétérogène, plus l'échantillon doit être grand ;
- Niveau de confiance souhaité : généralement 95% ou 99% ;
- Marge d'erreur acceptable : précision requise pour les estimations ;
- Taille de la population : effet limité au-delà de 10 000 individus ;

- Taux de réponse anticipé : prévoir les non-réponses.

SELLTIZ, WRIGHTSMAN et COOK (1977) fournissent des formules de calcul et des tables permettant de déterminer la taille optimale en fonction de ces paramètres.

4. Biais d'échantillonnage

BABBIE (1989) identifie plusieurs sources de biais :

Type de biais	Causes	Conséquences
Couverture	Liste incomplète de la population	Exclusion de certaines catégories
Sélection	Procédure de tirage défectueuse	Sur/sous-représentation de certains groupes
Non-réponse	Refus, absence, impossibilité de joindre	Distorsion des résultats
Auto-sélection	Volontariat des répondants	Biais de motivation ou d'intérêt

FESTINGER & KATZ (1963) proposent des stratégies pour minimiser ces biais :

- Amélioration des bases de sondage : listes actualisées et complètes ;
- Relances : pour réduire les non-réponses ;
- Pondération : correction des déséquilibres dans l'échantillon réalisé ;
- Analyse des non-réponses : comparaison avec les répondants sur les informations disponibles.

IV- Administration du questionnaire

1. Modes d'administration

CHADWICK, BAHR et ALBRECHT (1984) comparent les principaux modes :

Mode	Avantages	Inconvénients	Taux de réponse typique
Face-à-face	Qualité des données, complexité possible, contrôle	Coût élevé, biais d'enquêteur	60-80%
Téléphone	Rapidité, coût modéré, couverture géographique	Questions limitées, biais de sélection	40-60%
Postal	Coût faible, anonymat, absence d'enquêteur	Taux de réponse bas, incompréhensions possibles	20-40%
Internet	Coût très faible, rapidité, multimédias	Biais de couverture, auto-sélection	10-30%
Auto-administré sur place	Contrôle du contexte, absence d'enquêteur	Population captive nécessaire	70-90%

FERRÉOL & DEUBEL (1993) recommandent de choisir le mode en fonction :

- Des objectifs de la recherche : précision, complexité, rapidité ;
- Des caractéristiques de la population : accessibilité, habitudes ;
- Des ressources disponibles : budget, temps, personnel ;
- Des contraintes éthiques : sensibilité des questions, confidentialité.

2. Formation des enquêteurs

GOODE & HATT (1952) détaillent les éléments essentiels de la formation des enquêteurs comme suit :

- Connaissances :
- Objectifs et contexte de la recherche ;
- Signification précise des questions ;
- Procédures de contrôle et de validation.

- Compétences techniques :
- Techniques de prise de contact et de présentation ;
- Lecture neutre des questions ;
- Gestion des situations difficiles ;
- Enregistrement correct des réponses.

- Attitudes professionnelles :
- Neutralité et non-jugement ;
- Respect de la confidentialité ;
- Persévérance sans agressivité ;
- Honnêteté dans le travail.

SELLTIZ, WRIGHTSMAN et COOK (1977) recommandent des sessions de formation combinant :

- Exposés théoriques sur la méthodologie des enquêtes ;
- Exercices pratiques de simulation d'entretien ;
- Travail sur des cas : analyse de situations problématiques ;
- Tests de connaissances pour valider la formation.

3. Contrôle de la qualité pendant la collecte

BABBIE (1989) présente différents mécanismes de contrôle de la qualité :

Type de contrôle	Modalités	Objectifs
Supervision directe	Accompagnement sur le terrain	Détection des problèmes, soutien
Vérification aléatoire	Recontrôle d'un échantillon d'enquêtés	Détection des fraudes, validation
Contrôle de cohérence	Vérification des incohérences internes	Qualité des réponses
Analyse des enquêteurs	Comparaison des profils de réponse	Détection des biais systématiques

BABBIE (1989) insiste sur l'importance du pilotage continu pendant l'enquête :

- Suivi quotidien des avancements et des problèmes ;

- Réunions régulières avec les enquêteurs ;
- Ajustements du protocole si nécessaire ;
- Documentation des incidents et décisions.

4. Gestion des non-réponses

DUVERGER (1961) distingue plusieurs types de non-réponses :

- Refus : opposition délibérée à participer ;
- Absence : impossibilité de joindre la personne ;
- Incapacité : problèmes de santé, de langue, de compréhension ;
- Inadéquation : personne ne correspondant pas aux critères.

FESTINGER et KATZ (1963) proposent des stratégies pour améliorer le taux de réponse :

- Avant l'enquête :
- Pré-notification : lettre ou appel informant de l'enquête ;
- Légitimation : présentation institutionnelle crédible ;
- Incentives : petites récompenses ou dédommagements.

- Pendant l'enquête :
- Relances : contacts répétés à différents moments ;
- Adaptation : propositions d'autres modes ou moments ;
- Persuasion : argumentation sur l'importance de la participation.

- Après l'enquête
- Analyse des non-répondants : comparaison avec les répondants ;
- Pondération : correction des biais de non-réponse ;
- Transparence : rapport honnête sur le taux et les biais potentiels.

BABBIE (1989) note qu'un taux de réponse inférieur à 60% pose des problèmes sérieux de représentativité, même avec des corrections statistiques.

V- Traitement et analyse des données

1. Codage et saisie

QUIVY & VAN CAMPENHOUDT (1988) décrivent les étapes de préparation des données :

- Élaboration du plan de codage :
- *Codebook* : document détaillant la correspondance entre réponses et codes ;
- Modalités de réponse : attribution de codes numériques à chaque modalité ;
- Valeurs manquantes : codes spécifiques pour les non-réponses ;
- Contrôles de cohérence : règles pour détecter les incohérences.

- Saisie des données :
- Saisie simple : entrée des codes par un opérateur ;
- Saisie double : deux opérateurs indépendants + une comparaison ;
- Saisie optique : lecture automatique de questionnaires scannés ;
- Vérification : contrôles de plage, de cohérence, de complétude.

SELLTIZ, WRIGHTSMAN et COOK (1977) recommandent plusieurs contrôles de la qualité des données :

- Contrôle de plage : valeurs dans les intervalles autorisés ;
- Contrôle de cohérence : relations logiques entre variables ;
- Contrôle de complétude : questionnaires partiellement remplis ;
- Nettoyage : correction ou élimination des données problématiques.

2. Analyses statistiques

BLALOCK (1977) présente une progression typique des analyses :

- Statistiques descriptives :
- Distributions univariées : fréquences, moyennes, écarts-types ;
- Représentations graphiques : histogrammes, diagrammes, nuages de points ;
- Indices de position et de dispersion : médiane, quartiles, variance.

- Analyses bivariées :
- Tableaux croisés : relations entre deux variables catégorielles ;
- Corrélations : intensité des relations entre variables quantitatives ;
- Comparaisons de moyennes : tests t, Anova.

- Analyses multivariées :
- Régression : modélisation des relations de dépendance ;
- Analyse factorielle : réduction de la dimensionnalité ;
- Analyse discriminante : classification des individus ;
- Modélisation par équations structurelles : relations complexes entre variables latentes.

CHADWICK, BAHR et ALBRECHT (1984) soulignent l'importance d'adapter les techniques aux niveaux de mesure des variables et aux objectifs de la recherche.

3. Logiciels d'analyse quantitative

BLALOCK (1977) présente les principaux types de logiciels :

Type de logiciel	Fonctions principales	Exemples
Tableurs	Calculs basiques, graphiques simples	Excel, calc
Statistiques généralistes	Analyses standards, tests	Spss, sas, stata
Statistiques spécialisées	Techniques avancées, modélisation	R, mplus, lisrel
Enquêtes intégrées	Conception, collecte, analyse	Sphinx, qualtrics, limesurvey

QUIVY & VAN CAMPENHOUDT (1988) recommandent de choisir le logiciel en fonction:

- Des techniques d'analyse nécessaires ;
- De la taille du fichier de données ;

- Des compétences des utilisateurs
- Des ressources disponibles (budget, support).

4. Interprétation et présentation des résultats

FERRÉOL & DEUBEL (1993) énoncent des principes pour une interprétation rigoureuse des résultats qu'on regroupe dans les points suivants :

1. Contextualisation : replacer les résultats dans le cadre de la recherche ;
2. Prudence : distinguer corrélation et causalité, association et signification ;
3. Criticité : considérer les limites et biais potentiels ;
4. Comparaison : confronter aux résultats d'autres recherches ;
5. Théorisation : relier les résultats empiriques aux cadres théoriques.

QUIVY et VAN CAMPENHOUDT (1988) proposent des formats de présentation adaptés :

- Tableaux synthétiques : informations essentielles, claires ;
- Graphiques significatifs : choix judicieux des types de représentation ;
- Commentaires explicatifs : interprétation des chiffres ;
- Mise en perspective : implications théoriques et pratiques.

VI- Validité, fiabilité et limites

1. Critères de la qualité méthodologique

Il existe trois critères essentiels de la qualité méthodologique :

- Validité :
- Validité de contenu : l'instrument mesure-t-il bien le concept visé ?
- Validité de construit : les mesures sont-elles cohérentes avec la théorie ?
- Validité prédictive : capacité à prédire des comportements ou états futurs.

- Fiabilité :
- Stabilité : mêmes résultats à des moments différents (test-retest) ;
- Cohérence interne : les items mesurant un même concept sont corrélés ;
- Équivalence : mêmes résultats avec des instruments parallèles.

- Sensibilité :
- Capacité à détecter des différences subtiles ;
- Adaptation aux variations du phénomène mesuré ;
- Précision des mesures.

En statistique, il existe plusieurs méthodes d'évaluation :

- Analyse factorielle pour la validité de construit ;
- Alpha de Cronbach pour la cohérence interne ;
- Corrélations test-retest pour la stabilité ;
- Corrélations avec des critères externes pour la validité prédictive.

2. Limites épistémologiques

DE BRUYNE (1974) soulève plusieurs limites fondamentales de l'enquête par questionnaire, notamment :

1. Réductionnisme : réduction de phénomènes complexes à des variables mesurables ;
2. Décontextualisation : extraction des réponses de leur contexte de production ;
3. Artificialité : situation de réponse créée par la recherche ;
4. Statisme : photographie à un moment donné, difficilement processuel.

BECKER (1970) critique vivement la réification des données chiffrées. Il rappelle qu'un pourcentage n'a pas d'existence en soi ; il est le résultat d'un processus de construction méthodologique dont il est essentiel d'examiner les conditions de genèse.

Adoptant une posture nuancée, GRAWITZ (1993) considère que les limites identifiées ne remettent pas fondamentalement en cause la méthode du sondage. Elles exigent en revanche que sa mise en œuvre soit accompagnée d'une réflexivité constante sur ses postulats sous-jacents et ses effets potentiels.

Conclusion

Le questionnaire et l'enquête par sondage restent des techniques indispensables dans l'arsenal méthodologique des sciences sociales. On peut retenir de l'analyse de BECKER (1970) que le sondage constitue un instrument privilégié pour établir une cartographie à grande échelle des systèmes de représentations et des pratiques sociales. Il fournit ainsi une vision d'ensemble qui est essentielle pour appréhender la complexité des sociétés contemporaines.

Leur puissance descriptive et explicative n'est cependant effective qu'à certaines conditions : une conception rigoureuse des instruments, un échantillonnage représentatif, une administration contrôlée, un traitement approprié des données et une interprétation prudente des résultats. Chaque étape du processus requiert des compétences spécifiques et une vigilance méthodologique constante.

Les développements techniques récents - notamment les enquêtes en ligne et les logiciels d'analyse sophistiqués - ont élargi les possibilités de la méthode sans en modifier les fondements épistémologiques. L'enjeu contemporain n'est pas tant de collecter plus de données que de produire des connaissances valides, fiables et significatives sur le social.

La pratique du questionnaire et du sondage exige donc du chercheur un équilibre entre rigueur technique et réflexivité épistémologique, entre quantification et compréhension, entre généralisation et contextualisation. C'est dans cet équilibre que réside la capacité de la méthode à produire des connaissances à la fois robustes et pertinentes pour la compréhension des phénomènes sociaux.