

CONCEPTION ET ÉVALUATION DE QUESTIONNAIRES

France Bilocq

1. INTRODUCTION

Plusieurs organismes publics et privés effectuent chaque année des enquêtes auprès des personnes, des ménages et des entreprises. Ces enquêtes couvrent un ensemble de sujets variés et sont généralement réalisées soit par la poste, par entrevue téléphonique ou en face à face. Le questionnaire d'enquête est le principal véhicule de communication entre ces organismes et les enquêtés. La qualité des données d'une enquête est donc directement liée à la qualité du questionnaire utilisé pour la collecte. Un plan de sondage optimal et un système de traitement de données hautement efficace ne pourront fournir des données d'enquête de qualité à partir d'un questionnaire mal conçu. La conception et l'évaluation d'un questionnaire sont par conséquent des étapes très importantes dans le développement d'une enquête.

Le domaine d'étude de la conception et évaluation de questionnaires est très vaste et a fait l'objet de plusieurs publications. L'objectif de ce document n'est pas de décrire de façon exhaustive tous les points dont il faut tenir compte en conception et évaluation de questionnaires. Dans un premier temps, on verra l'importance de bien définir les objectifs d'une enquête pour faciliter la conception d'un questionnaire. Ensuite, un certain nombre de principes de base concernant la formulation de questions seront présentés en tenant compte des rôles spécifiques que peuvent jouer les enquêtés et les enquêteurs lors d'une collecte. Finalement quelques méthodes d'évaluation de questionnaires seront décrites. Il faut noter que les exemples utilisés dans le document concernent les enquêtes ménages. Toutefois, dans l'ensemble, les principes de bases décrits sont suffisamment généraux pour s'appliquer aussi aux enquêtes entreprises.

2. LES OBJECTIFS D'UNE ENQUÊTE

Avant de décider de faire une enquête il est de mise de consulter les travaux, enquêtes et études ayant porté sur le même sujet afin d'en tirer le maximum d'information et de profiter de l'expérience acquise (bonne ou mauvaise) lors de ces projets. Une fois le projet d'enquête décidé, il convient dans un premier temps

d'identifier les hypothèses à l'étude et de définir les objectifs de l'enquête en collaboration avec les commanditaires et les experts du sujet.

Les objectifs d'une enquête sont exprimés en termes de concepts et le questionnaire devient l'outil par lequel ces concepts sont mesurés. Le but à atteindre en concevant un questionnaire est de faire en sorte que les questions posées produisent une réponse fiable et qu'elles mesurent de façon adéquate ce que l'on veut étudier.

Pour ce faire, il faut décrire avec précision les concepts reliés aux objectifs. Supposons qu'on veuille faire une étude sur les conditions de logement des ménages à faible revenu. Cet objectif donne une idée générale de l'enquête mais nécessite plus de précision. Les concepts doivent être mieux définis. Par exemples : qu'entend-t-on par conditions de logement? (date de construction, nombre de pièces, nombre de personnes y vivant, coût du logement etc.), qu'est-ce qu'un revenu? (salaire, dettes, placements), sur quelle base mesure-t-on le revenu? (net/brut, hebdomadaire/mensuel/ annuel) à quel niveau? (individu/ménage), etc.

La réponse à ces questions dépend de l'utilisation finale des données. Il faut donc identifier les utilisateurs potentiels des données de même que l'utilisation et les analyses statistiques qui seront éventuellement effectuées à partir de ces données.

Selon Fowler « *Une des principales sources de mauvaises questions d'enquête est que la transition entre la précision d'un objectif et une question ne se fait pas. L'objectif est immédiatement écrit sous forme de questions* ».

Afin de faciliter la conception d'un questionnaire il est suggéré d'effectuer les étapes suivantes :

- Étudier les sources d'information existantes
- Écrire la liste des objectifs de l'enquête
- Établir le plan d'analyse

Une fois ces tâches accomplies on peut commencer à concevoir le questionnaire d'enquête en gardant en tête le principe suivant (Fowler) :

Si on ne peut relier une question à un objectif et à un rôle dans le plan d'analyse alors cette question doit être reformulée ou enlevée du questionnaire d'enquête.

Une fois le questionnaire conçu, l'enquêté et l'enquêteur deviennent les principaux acteurs du scénario de collecte d'information. On verra dans les sections suivantes comment, lors de la conception d'un questionnaire on peut minimiser les erreurs de mesure imputables à ces acteurs.

3. L'ENQUÊTÉ ET LE PROCESSUS COGNITIF DE RÉPONSE À UNE QUESTION

En répondant à une question, l'enquêté effectue une série de tâches que l'on appelle le processus cognitif de réponse à une question. Ce processus cognitif se décompose en cinq étapes principales (Sudman et al. 1996). Un diagramme représentant le processus cognitif se trouve en annexe.

Étape 1 : Interprétation

Dans un premier temps, l'enquêté décode la question. Il en interprète le sens. Cette tâche implique deux opérations qui sont reliées entre elles : la première, comprendre les mots utilisés dans la question et la deuxième, donner un sens à la question posée afin de fournir une réponse adéquate.

Étape 2 : Extraction, recherche de l'information

Une fois l'étape d'interprétation terminée, l'enquêté fait appel à sa mémoire pour extraire l'information nécessaire. Soit l'information est disponible immédiatement (par exemples : nom, âge, sexe, etc.) soit il doit reconstruire les événements, souvenirs ou connaissances reliés à la question. Dans certains cas l'enquêté devra consulter des documents pour obtenir la réponse.

Étape 3 : Choix et format de la réponse

Ensuite l'enquêté choisit parmi les réponses possibles celle qu'il considère adéquate. Il prend une décision quant à la réponse à donner à la question. Par exemple, il choisit l'événement, le souvenir ou les connaissances qu'il résumera pour répondre à la question. Dans le cas d'une question fermée, il choisit la catégorie qui correspond le mieux à sa réponse.

Étape 4 : Modification

En présence d'une question qu'il juge "sensible ou délicate" l'enquêté peut parfois modifier sa réponse afin de bien paraître ou pour se classer dans les « normes sociales ».

Étape 5 : Communication

À la dernière étape, l'enquêté communique par écrit ou oralement la réponse qu'il a choisie.

Afin de faciliter la compréhension du processus cognitif de réponse, les étapes ont été présentées en ordre séquentiel. Toutefois, cet ordre ne représente pas nécessairement celui dans lequel l'enquêté les effectue.

Comme l'enquêté est la personne la plus importante dans une enquête, il est essentiel lors de la conception d'un questionnaire, de tenir compte du processus cognitif de réponse des enquêtés. En facilitant leurs tâches cognitives, on maximise les chances d'obtenir des réponses adéquates aux questions posées. Quatre des cinq étapes du processus cognitif seront, dans les paragraphes suivants, présentés sous forme de défis à relever lors de la conception d'un questionnaire.

DÉFI 1 : Lié à l'étape interprétation (vocabulaire, concepts et sens de la question)

Une question d'enquête doit être construite pour que le vocabulaire utilisé soit compris et interprété de la même façon par les enquêtés. De plus, le sens donné à la question devrait être le même que celui voulu par le concepteur. Par exemple (Fowler), on a demandé à des enquêtés, combien de jours durant la semaine précédente l'enquête, avaient-ils mangé du beurre? Plusieurs personnes utilisent le terme beurre pour désigner de la margarine. À ce titre les enquêtés ont parfois inclus ou parfois exclu la consommation de margarine dans leur réponse. Lorsque la question a été posée à nouveau mais en excluant explicitement la margarine, le nombre de jours de consommation de beurre a diminué de 20% par rapport à l'autre question moins explicite. On se rend compte que malgré l'utilisation de mots simples, une question peut avoir plusieurs sens.

L'utilisation de mots difficiles devrait être compensée par la présence d'une définition dans le questionnaire ou dans le guide d'instruction. De même les concepts compliqués devraient faire l'objet de questions multiples. La tâche du répondant s'en trouvera ainsi simplifiée. Par exemple, dans le questionnaire ménage du Panel Européen français, la question concernant les placements financiers se décompose en quatre sous-questions et ce afin que l'enquêté puisse distinguer chaque type de placements.

Pour éviter toute confusion dans l'interprétation d'une question et de la réponse à donner il faut éviter l'emploi d'une négation ou d'une double négation.

Exemple : N'êtes vous pas contre le fait de disposer de poubelles spéciales permettant de recycler le verre dans votre quartier?

DÉFI 2 : Lié à l'étape extraction, recherche de l'information pertinente

Une fois la question conçue afin que l'enquêté comprenne bien ce qu'on lui demande, il faut se demander si l'enquêté connaît la réponse et s'il s'en souvient. À moins que l'objectif de la question soit de mesurer des connaissances/compétences,

le fait qu'un répondant ne connaisse pas la réponse à une question constitue une source d'erreur. L'enquêté se retrouve face à diverses situations :

i. L'effet connaissance

On fait souvent l'hypothèse en conception de questionnaire que l'enquêté connaît les réponses à toutes les questions. Il y a des sujets plus difficiles que d'autres et un enquêté peut ne pas pouvoir y répondre par manque de connaissance.

On peut faire l'hypothèse qu'un enquêté peut en général rapporter des faits le concernant : visites médicales, alimentation, budget, etc. Toutefois, il rapportera avec beaucoup moins de précision des informations détenues par d'autres personnes. Par exemple, un enquêté pourra difficilement faire la description des tests médicaux que lui a fait subir son médecin durant les six derniers mois. Il est donc important de poser à l'enquêté des questions pour lesquels il détient ou a accès à l'information demandée. Dans le même ordre d'idée, lorsqu'un enquêté répond pour un autre (proxy), il peut ne pas connaître les réponses à toutes les questions.

Parfois l'enquêté détient l'information reliée à la question mais pas sous la forme demandée. Il existe de bons exemples dans le domaine financier : un enquêté sait qu'il a des placements financiers mais peut ignorer le terme exact les désignant. Si le terme exact est utilisé dans la question alors l'enquêté peut ne pas connaître la réponse.

Il faut donc tenir compte du niveau de connaissance lié à une question pour que l'enquêté se retrouve dans une situation où il pourra fournir une réponse adéquate aux questions posées.

ii. L'effet mémoire.

Il est plus facile pour un enquêté de se souvenir d'un événement récent, d'un événement important ou d'un événement en accord avec sa façon de penser. Pourtant on lui demande souvent de rapporter des événements qui ne font partie d'aucune de ces catégories. En utilisant une période de référence courte on diminue la possibilité d'erreur de la part de l'enquêté. De plus, en posant des questions multiples ou en proposant des associations d'idées on stimule la mémoire de l'enquêté.

iii. L'effet télescopage.

Le télescopage se produit lorsque l'enquêté se souvient d'un événement mais a de la difficulté à le situer dans le temps. Il le rapporte alors dans une période qui n'est pas la bonne. Voici quelques solutions qui peuvent minimiser l'effet de télescopage :

- Utiliser un calendrier

- Utiliser des repères : anniversaire, mariage, décès ou autre événement important
- Utiliser un carnet ou un journal dans lequel l'enquêté note les événements
- (exemples: emploi du temps, alimentation, dépenses, transports)
- Rencontrer plusieurs fois l'enquêté, par exemple :

Au 1er contact, on demande à l'enquêté de rapporter ses visites médicales qui ont eu lieu depuis deux mois.

On lui spécifie aussi que lors de la prochaine entrevue (dans six mois), on lui demandera de rapporter les visites médicales qu'il effectuera durant les six prochains mois.

Il y a trois avantages à cette méthode. Le premier, la période de temps et les événements à rapporter sont clairement définis. Ensuite les visites médicales rapportées lors du premier contact permettront de compenser l'effet de télescopage du deuxième contact. Et finalement, le premier contact rend l'enquêté plus attentif et donc meilleur répondant lors du deuxième contact.

Chacune des suggestions précédentes possède des avantages et des inconvénients. Par exemple, présenter un calendrier aux enquêtés rallonge le temps d'entrevue et avertir l'enquêté qu'on veut de l'information sur un certain type d'événement peut modifier son comportement. Il faut juger selon les situations et choisir la solution qui permettra une meilleure collecte d'information.

DÉFI 3 : Lié à l'étape choix et format de la réponse

Pour concevoir des questions auxquelles les enquêtés peuvent répondre il faut respecter quelques règles.

- Il est important de bien définir le contexte d'une question, de fournir des points de référence (période, lieu, unité de mesure etc.) afin d'indiquer à l'enquêté la forme qu'est supposée prendre la réponse.

Exemple :

Question : Depuis quand habitez-vous la ville de Lyon?

Réponses possibles : Depuis 1948
Depuis l'âge de 10 ans
Depuis toujours

Meilleure question : Depuis combien d'année habitez-vous la ville de Lyon?

La dernière question spécifie l'unité de mesure et facilite la tâche de l'enquêté qui fournira une réponse plus rapide.

- L'unité de mesure de la réponse doit correspondre au type d'information que peut fournir un enquêté sinon il risque d'y avoir erreur de mesure. Par exemple, si on demande à combien de km se situe l'hôpital le plus proche de votre logement, l'enquêté peut savoir où est l'hôpital mais ne connaît pas la distance exacte en km. En région urbaine, il est parfois plus approprié de demander le temps et le mode de transport que la distance parcourue.
- Chaque question doit contenir une seule question et une idée principale sinon l'enquêté sera confus et ne saura pas à laquelle des questions il doit répondre. Il sera de plus difficile de tirer des conclusions concernant la réponse fournie.

Exemple : Votre entreprise prévoit-elle offrir à ses employés un plan d'assurance dentaire et payera-t-elle 100% des primes?

- Dans le cadre d'une question fermée, il faut fournir à l'enquêté un choix de réponse clair, exhaustif et sans chevauchement que les réponses possibles soient numériques ou non.

DÉFI 4 : Lier à l'étape modification (sujets sensibles et normes sociales)

Dans le cas de sujets jugés sensibles comme la consommation de drogue, d'alcool, l'avortement, la religion, les comportements sexuels, etc. des études ont démontré qu'un enquêté aura tendance à ne pas répondre ou à modifier sa réponse pour cacher la vérité. La notion de sensibilité n'est cependant pas la même pour chaque individu. De manière générale, on peut dire qu'un sujet devient sensible pour une personne lorsqu'elle est concernée par le sujet. Par exemple, en milieu défavorisé, poser une question sur la présence ou non d'un système de chauffage électrique dans un logement sans même se préoccuper de savoir si les occupants ont l'électricité peut devenir pour un enquêté une question sensible (Dechaud-Rayssiguier). L'enquêté à qui on pose une question sensible peut se sentir jugé et avoir peur des répercussions que peut lui apporter sa réponse. En posant de telles questions sans prendre de précaution on court le risque d'irriter l'enquêté, d'obtenir une non-réponse totale ou partielle, d'obtenir une réponse fautive et de créer un souci de cohérence artificiel chez l'enquêté tout au long du questionnaire.

L'intégration de procédures de collecte différentes et une formulation prudente des questions sont deux éléments essentiels pour recueillir de bonnes données sur les sujets sensibles. Voici une liste de stratégies pouvant être utilisées pour favoriser une réponse précise aux questions portant sur des sujets sensibles.

- Rendre l'enquêté à l'aise de fournir une réponse « différente »

- Justifier les questions
- Assurer la confidentialité
- Utiliser des intervalles comme choix de réponses
- Dans le cas d'une entrevue, réduire le rôle des enquêteurs dans le processus de collecte en ayant une partie du questionnaire (anonyme) rempli confidentiellement par l'enquêté.

Par exemples : - Donner à l'enquêté un questionnaire papier à compléter et à remettre sous enveloppe scellée à l'enquêteur.

- Faire remplir une section du système informatique de collecte par l'enquêté lui-même.

- Utiliser un message vocal avec téléphone à touche.

- Utiliser des techniques de réponse anonymisée

Finalement, Il faut adopter une approche neutre et formuler une question de manière à ne pas suggérer la réponse à l'enquêté. Sinon, l'enquête sera biaisée et on ne mesurera pas l'opinion des répondants correctement.

Exemple : Les études scientifiques montrent que l'usage du tabac est à l'origine de coûts sociaux importants. Êtes-vous en faveur d'une législation interdisant de fumer dans les lieux publics?

Dans les paragraphes précédents, tous les défis à relever qui tiennent compte du processus cognitif n'ont pas été énumérés. Ceux qui sont décrits donnent toutefois une bonne idée des principes de base à appliquer en conception de questionnaires qu'il s'agisse d'une enquête ménage ou d'une enquête entreprise.

4. L'ENQUÊTEUR

Dans les enquêtes par entrevue (téléphone et face à face), les enquêteurs sont sur la ligne de front. Ils assurent la liaison entre les organismes effectuant les enquêtes et les enquêtés. Ils ont une grande responsabilité et il est parfois possible de faciliter leurs tâches au moment de la conception d'un questionnaire.

Les tâches d'un enquêteur sont nombreuses et complexes. Par exemple, dans le cadre des enquêtes ménage menées par entrevue en face à face, l'enquêteur doit après avoir effectué les tâches de repérage du logement, contacter l'enquêté, lui décrire l'enquête et ses objectifs de manière à susciter sa participation, lire les questions, écouter la réponse, déterminer si la réponse est adéquate, faire au besoin

un suivi, répondre aux questions éventuelles de l'enquêté et saisir la réponse. Lors d'une entrevue, l'enquêteur devient tour à tour émetteur et capteur d'un message. Il doit pouvoir transmettre correctement son message et être à l'écoute de l'enquêté pour saisir la réponse fournie. Lors de la conception du questionnaire, la lecture des questions, des instructions, les sauts de question(s) (aiguillage) et la saisie doivent être simplifiés au maximum afin que l'enquêteur se concentre sur la partie la plus difficile de son travail : l'échange d'information avec l'enquêté.

Voici quelques exemples :

- Identifier clairement et uniformément les instructions pour l'enquêteur et les phrases qu'il doit lire à l'enquêté (majuscules, zone ombrée, touche d'appel etc.).
- Utiliser toujours la même convention pour indiquer l'aiguillage (automatique dans le cas d'un système informatisé de collecte).
- Lorsqu'un choix de mots s'impose dans une question faire en sorte que les choix soient identifiés de manière uniforme dans le questionnaire par exemples : il/elle, conjoint/conjointe etc.). L'objectif étant d'avertir l'enquêteur qu'il doit faire un choix. Ce choix devrait être automatique dans le cas d'une collecte assistée par ordinateur.

NOTE: Les deux premiers points s'appliquent aussi dans le cas d'une collecte par la poste.

Il y a d'autres aspects en conception de questionnaire (formulation de question, sujets sensibles etc.) dont il faut tenir compte lors de l'élaboration d'un questionnaire prévu pour une collecte effectuée par enquêteurs. Ces derniers ont une expérience "du terrain" que peu de personnes possèdent et dont il faut tenir compte lorsque c'est possible de le faire. On verra dans la section 5.4 comment mettre à profit cette expérience. D'un autre côté il existe des contraintes parfois incontournables en conception de questionnaires. Il s'agit alors d'établir une collaboration de travail entre les personnes concevant le questionnaire et celles qui les utilisent c.-à-d. les enquêteurs. Les contraintes de travail de chacun seront mieux comprises de part et d'autre et on pourra ainsi maximiser la qualité d'un questionnaire d'enquête.

5. ÉVALUATION DE QUESTIONNAIRES

On a vu dans les sections précédentes l'importance de tenir compte des tâches de l'enquêté et de l'enquêteur au moment de l'élaboration d'un questionnaire. Il est tout aussi important de développer des outils permettant d'évaluer un questionnaire.

C'est à dire de vérifier que le vocabulaire est simple, que les questions ne sont pas trop difficiles à interpréter et à répondre, que la tâche demandée est réalisable etc. Différentes techniques sont utilisées pour évaluer un questionnaire. Dans les prochains paragraphes les techniques suivantes seront décrites : le groupe de discussion, l'entrevue en profondeur, le pré-test et les séances de discussion avec les enquêteurs. Ces différentes techniques sont présentées selon l'ordre chronologique dans lequel elles devraient survenir dans une enquête. Plusieurs autres techniques existent dont celles relevant de la psychologie cognitive. Elles sont documentées dans la littérature.

5.1 Groupe de discussion (Focus group)

Les groupes de discussion sont utilisés depuis longtemps par plusieurs organismes statistiques pour l'évaluation de questionnaires. C'est une technique d'entrevue qui consiste à réunir des personnes (participants) pour discuter par exemple d'un problème commun, d'une idée ou d'un concept.

L'efficacité d'un groupe de discussion est basée sur l'hypothèse que la discussion entre les participants génère des échanges qui n'auraient pu survenir lors d'une entrevue entre deux personnes. Les groupes de discussion avec les enquêtés sont utiles en évaluation de questionnaires pour entre autres :

- Étudier les hypothèses concernant les sujets couverts par l'enquête
- Explorer les connaissances, opinions, attitudes, perception etc. des participants envers ces sujets
- Évaluer la compréhension du vocabulaire et des concepts utilisés dans le questionnaire
- Déterminer si les « tâches » (procesus cognitif) à accomplir pour répondre à une question sont réalisables (mémoire, calcul, ordonnancement, etc.)
- Évaluer la confiance des participants concernant les politiques de confidentialité et l'utilisation des données.

Les résultats d'un groupe de discussion ne peuvent être projetés sur l'ensemble de la population. Toutefois, ils permettent d'identifier des problèmes que des enquêtés pourraient rencontrer avec le questionnaire. Le groupe peut aussi apporter des solutions à ces problèmes et ainsi aider à améliorer le questionnaire.

Le groupe de discussion est dirigé par un animateur dont les principales tâches sont de rendre à l'aise les participants, de favoriser les échanges, de donner la chance à

tous de s'exprimer et de choisir entre laisser la discussion suivre son cours et garder la conversation centrée sur les sujets d'intérêt. La composition du groupe influence les résultats qu'on peut en tirer. Selon le sujet à l'étude, on favorisera des groupes homogènes (sexe, niveau d'éducation, catégorie socio-professionnelle etc.) ou hétérogènes. On inclura des personnes ayant des expériences et des opinions diverses sur les sujets discutés. Dans la littérature on suggère de former des groupes de 8 à 10 participants. Lorsqu'il n'y a pas suffisamment de participants la dynamique de groupe n'est pas efficace et à l'inverse, le fait d'avoir trop de participants rend plus difficile la tâche de l'animateur.

Il est important, avant de mettre en place un groupe de discussion pour l'évaluation d'un questionnaire, d'identifier les points spécifiques à l'étude, par exemple le vocabulaire, la liste des réponses possibles, les effets de mémoire, le niveau de connaissances requis, etc. L'animateur demande alors aux participants de discuter principalement de leur expérience et de leur perception vis à vis des points à l'étude et aussi de tout autre point pouvant être soulevé dans la discussion.

Il importe de garder une trace de ce qui a été dit au cours de la discussion afin d'analyser les résultats. Une solution possible est d'avoir des observateurs qui prennent des notes. La meilleure stratégie est d'enregistrer (audio ou idéalement vidéo) le groupe. De cette façon, toutes les personnes impliquées dans un projet peuvent écouter/regarder l'enregistrement ensemble, discuter des résultats et au besoin écouter/visionner à nouveau des passages jugés importants.

Cette technique de discussion est une façon très efficace pour obtenir un grand nombre d'informations pertinentes pour une enquête. Le niveau d'investissement est minime et les résultats sont très utiles. Il serait donc à propos, que chaque enquête utilise cette technique en faisant appel à des enquêtés. Les groupes de discussion ne sont cependant que le début du processus d'évaluation d'un questionnaire. D'autres méthodes d'évaluation permettent d'examiner des aspects d'un questionnaire ne pouvant être abordés par un groupe de discussion.

5.2 L'entrevue en profondeur

L'entrevue en profondeur permet d'étudier plus en détail chacune des étapes du processus cognitif de réponse. La technique est la suivante : un observateur pose les questions du questionnaire à un participant, le laisse répondre et lui pose ensuite une série de questions sur les tâches qu'il vient d'accomplir c.-à-d. sur le processus cognitif de réponse. Si le questionnaire est auto-administré l'observateur prend en note la façon dont le participant remplit le questionnaire (les parties lues, la séquence de questions suivie, les hésitations etc.) et ensuite lui pose des questions. Voici quelques exemples de questions pouvant être posées aux participants :

- Paraphraser la question, les instructions
- Définir les mots, les concepts
- Demander le niveau de confiance dans leur réponse
- Expliquer les hésitations,
- Si la réponse demandait un calcul numérique, lui demander comment il a calculé sa réponse
- Si la réponse comportait un classement de modalités demander au participant de décrire le processus de décision de la réponse

Cette technique peut être effectuée de deux manières. On pose des questions immédiatement après chacune des questions du questionnaire ou on attend la fin de l'entrevue. La première a pour avantage qu'il est plus facile pour le participant de se rappeler de son processus de pensée tout de suite après avoir répondu à une question. Toutefois, on brise ainsi le rythme de l'entrevue de même que les liens qui peuvent exister entre les questions.

Tout comme les groupes de discussion cette technique sera plus productive si les points susceptibles de poser des problèmes aux participants ont été identifiés au préalable. Ensuite durant l'entrevue en profondeur, en même temps que les questions plus générales on pose les questions spécifiques concernant les points problèmes identifiés à l'avance.

Bien que les objectifs et les résultats des entrevues en profondeur et des groupes de discussion semblent similaires, les deux techniques sont complémentaires. Dans les deux cas on tente d'identifier les problèmes qui affecteront la compréhension des questions et la capacité des participants à y répondre de façon juste et consistante. Le groupe de discussion est une technique où les problèmes sont abordés de manière générale. L'entrevue en profondeur est plus spécifique car elle se concentre plus spécialement sur les étapes du processus cognitif de réponse.

Il y a certaines difficultés que ni l'une ni l'autre de ces techniques ne peuvent identifier. Aucune ne teste les difficultés que pourrait rencontrer un enquêteur vis à vis du questionnaire et des questions (ordre des questions, aiguillage, instructions, espaces de réponse, vocabulaire, concept, lecture, compréhension etc). Le questionnaire doit par conséquent être testé par un échantillon d'enquêteurs. Finalement, il est essentiel de tester le questionnaire dans des conditions réelles d'enquête puisqu'il existe des situations ne pouvant surgir que lors de la simulation du processus de collecte réel.

5.3 Pré-test

Le pré-test consiste à effectuer une mini collecte auprès de quelques enquêtés dans des conditions réelles d'enquête. Si la collecte se fait par entrevue l'enquêteur signalera la présence de problèmes dans le questionnaire. Si la collecte se fait par la poste il faut informer les enquêtés qu'ils participent à un pré-test et leur fournir la possibilité de donner des commentaires pertinents sur le questionnaire. Il est important de saisir les données d'un pré-test afin de contrôler la cohérence entre certaines questions. Un pré-test identifie les problèmes mais ne permet pas d'en déterminer la cause ni les solutions éventuelles.

5.4 Séances de discussion avec les enquêteurs

Lors d'une collecte par entrevue, les enquêteurs sont en contact direct avec l'enquêté. Ils ont, en raison de leur expérience sur le terrain, un bon aperçu des bons et mauvais côtés d'un questionnaire, des problèmes de passation d'un questionnaire et de la façon dont ce dernier influence la coopération des enquêtés. Leur collaboration est essentielle lors de la conception d'un questionnaire.

Des discussions avec les enquêteurs doivent se tenir au moment de la conception d'un questionnaire et après un pré-test. Elles permettent de déterminer les zones problèmes du questionnaire qui devront ensuite être améliorées. Fowler suggère de créer des questionnaires d'évaluation de questions destinés à être remplis par les enquêteurs à la suite d'un pré-test. Les enquêteurs y indiquent les problèmes rencontrés pour chaque question en suivant un schéma pré-établi. Ces questionnaires d'évaluation permettent aux concepteurs de rassembler des informations quantitatives concernant les problèmes soulevés et ainsi d'identifier les plus fréquents.

À la fin d'une enquête, un bilan général de collecte devrait être produit par les enquêteurs et faire partie intégrante de la documentation relative à cette enquête. Ainsi les bons et les mauvais côtés d'une enquête seront documentés et surtout pourront être pris en compte lors d'une prochaine enquête.

6. CONCLUSION

Ce document décrit un certain nombre de principes de bases pouvant être mis de l'avant au moment de la conception d'un questionnaire. Ces principes ont pour objet de faciliter les tâches des enquêteurs et des enquêtés et de minimiser les erreurs de mesure. Afin d'identifier les problèmes reliés à un questionnaire et éventuellement les corriger, il faut procéder à l'évaluation de ses questions et du processus cognitif

qu'elles engendrent et ce avant la collecte des données proprement dite. On a vu que certaines techniques d'évaluation nécessitent un minimum d'investissement en temps et argent et permettent d'améliorer l'efficacité d'un questionnaire. Finalement, l'expérience des enquêteurs doit être mise à profit tout au long de la conception et de l'évaluation d'un questionnaire de même qu'à la fin de la collecte. Il est donc essentiel que dans la planification d'une enquête, le temps et les ressources nécessaires soient alloués pour effectuer l'ensemble de ces activités. La qualité d'une enquête dépend de la qualité des informations recueillies du questionnaire d'enquête et de ses questions.

BIBLIOGRAPHIE

- Forsyth, B. Lessler J.T., « Cognitive Laboratory Methods: A Taxonomy », *Measurement Errors in Surveys*, Chapt 20, Biemer P. et al., Wiley 1991
- Dechaud-Rayssiguier, D., *Étude de cas, Enquête Extension de quartier, conditions de vie, situations défavorisées*, Document interne, Insee- DSDS, UMS, juin 1996
- Fowler Floyd J. Jr., *Improving Survey Questions - Design and Evaluation*, Applied Social Research Methods Series, Volume 38. Sage Publications, Thousand Oaks, 1995
- Groves, R.M., *Survey Errors and Survey Costs*, John Wiley & Sons, New York, 1989
- Morgan David L., (ed.), *Successful Focus Groups - Advancing the State of the Art*, Sage Publications, Newbury Park, 1993
- Nargundkar M.S., Platek R., *Qualitative Methods in Questionnaire Design*, I.S.I, 47th Session Paris, August 1989
- Platek R., *Some Important Issues in Questionnaire Design Development*, JOS, Vol. 1, N° 2, 1985, pp. 119 -136
- Schaeffer, Nora-Cate, *A decade of questions* , JOS 95:1
- Sudman S., Bradburn N., Schwarz N., Thinking About Answers, *The application of cognitive processes to Survey Methodology*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco, 1996
- Willis G.B., *Cognitive Interviewing and Questionnaire Design: A Training Manual*, NHCS, Working Paper, Series, N° 7, 1994
- Notes de cours, *Conception de questionnaires*, Statistique canada
- Notes de cours, *Measurement in Surveys*, Cours TES, Eurostat, Statistics Sweden, Septembre 1996

ANNEXE

Représentation graphique du processus cognitif de réponse à une question d'enquête tirée de Sudman et al. 1996, (traduction libre).

