
CONSEILS POUR LA CONSTRUCTION D'UN QUESTIONNAIRE

« Un questionnaire doit permettre de recueillir des informations sociologiquement intéressantes en suscitant des réponses précises et fiables à des questions pertinentes du point de vue de l'objet de recherche et de sa problématique » (Selz, Maillochon, 2009, p. 179)

Ce que questionner veut dire

Conseil n°1 : Clarifier en amont ce qu'on cherche à savoir, « à question claire, réponse claire ».

Conseil n°2 : Pour les sujets sensibles, ne pas les aborder par des questions frontales, penser à décomposer en plusieurs questions.

Conseil n°3 : Eviter les questions trop difficiles, trop globales : préciser le contexte, le circonscrire (exemple demander une pratique sur une période courte et récente).

Conseil n°4 : Distinguer les questions portant sur des pratiques et celles sur les représentations, privilégier les premières, moins susceptibles de biais.

Conseil n°5 : On n'interroge pas n'importe qui n'importe comment : l'usage d'un questionnaire nécessite de connaître un minimum le terrain et la population d'enquête pour envisager les différentes interprétations des questions posées (la phase de pré-enquête est importante).

Conseil n°6 : S'appuyer sur les expériences d'enquête antérieures, à la fois sur les conditions de déroulement et sur leurs résultats, ne pas hésiter à reprendre des batteries de questions standardisées et utilisées par d'autres (pour le talon sociologique).

Conseil n°7 : Ne poser que des questions nécessaires.

Attention à l'ordre...

Conseil n°8 : Éloigner deux questions qui peuvent s'influencer mutuellement.

Conseil n°9 : Questionner les pratiques avant les représentations

Conseil n°10 : Commencer par des questions qui mettent en confiance.

Conseil n°11 : Terminer par les caractéristiques sociodémographiques.

La formulation des questions

Conseil n°12 : Limiter le nombre de questions ouvertes, en traduire un maximum en questions fermées notamment à l'aide de la phase exploratoire.

Conseil n°13 : Ne poser qu'une question à la fois.

Conseil n°14 : Limiter le degré d'effort cognitif demandé aux répondants.

Conseil n°15 : Chercher à éviter les données « floues », imprécises : sur les dates, les statuts et emplois occupés, etc.

Conseil n°16 : Chercher à limiter les effets de désirabilité sociale, les biais d'acquiescement : réduire les expressions aux connotations positives ou négatives de certaines expressions, proposer autant d'opinions favorables que défavorables, proposer des positions nuancées, chercher des stratégies pour aborder les thématiques sensibles (les pratiques déviantes, les opinions minoritaires, etc.).

La formulation des réponses

Conseil n°17 : Envisager toute l'étendue du spectre de réponse possible et chercher un équilibre dans le nombre de modalités « ouvertes » proposées (« Ne sait pas », « Autre »).

Conseil n°18 : Anticiper les réponses multiples (pour chacune prévoir soit « valeur unique », soit « valeurs multiples »).

Conseil n°19 : En cas de réponses graduées (revenus, âge, etc.), penser à un découpage en tranche qui discrimine bien les situations des enquêtés.

Conseil n°20 : Privilégier un nombre pair de modalités de réponse quand elles portent sur une appréciation, sur un positionnement.

Et surtout...

Conseil n°21 : Tester le questionnaire dans sa première version pour l'améliorer ensuite.

« Le sociologue est en définitive tenu de faire un compromis entre la nécessité de conserver l'information la plus exacte possible et l'objectif qu'il a de construire une base de données exploitable » (Selz, Maillochon, 2009, p. 196).