

# Rédiger et administrer un questionnaire

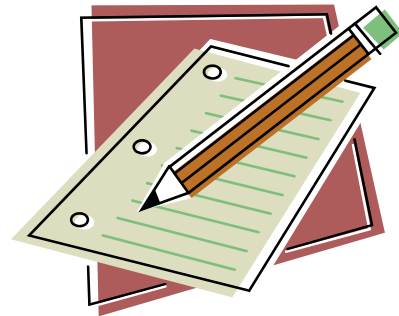
---

Ce document constitue une adaptation, en traduction libre, de deux brochures distinctes : l'une produite par l'American Statistical Association (*Designing a Questionnaire*), disponible à l'adresse <http://www.amstat.org/sections/srms/brochures/designquest.pdf> et l'autre par l'organisme Management Assistance Program for Nonprofits (*Basics of Developing Questionnaires*), à l'adresse <http://www.managementhelp.org/commskls/gustnair/gustnair.htm>. Nous nous sommes également inspirés du chapitre 8 de l'ouvrage *Méthodes quantitatives appliquées aux sciences humaines* de Robert Trudel et Rachad Antonius (CEC, 1991). N.B. : dans ce document, le genre masculin est utilisé comme générique, dans le seul but d'éviter d'alourdir le texte.

---

## Ce document contient les sections suivantes :

1. Des questions préalables.
2. La construction du questionnaire.
  - La formulation des questions
  - La qualité des questions
  - Le questionnaire dans son ensemble
  - Le prétest
3. L'utilisation des résultats.



## 1. Des questions préalables.

Les premières questions à se poser sont sans doute :

*Quel est le but de la cueillette d'information ?*

*Est-ce que le questionnaire est le meilleur moyen d'aller chercher l'information ?*

*Quel objectif global poursuivons-nous ?*

*Quel problème veut-on solutionner ?*

*De quelles informations avons-nous besoin ?*

*Les données existantes ne sont-elles pas suffisantes ?*

*Peut-on faire un bref inventaire de ces données ?*

Si nous concluons que les informations que nous cherchons à obtenir peuvent l'être au moyen d'un questionnaire et que c'est le moyen le plus adéquat, nous aurons à préciser les objectifs de ce questionnaire de la façon la plus claire possible. Plus nous rendrons clairs **les objectifs du questionnaire** et les informations que nous comptons recueillir par cette voie, plus nous faciliterons le travail de conception du questionnaire.

Il faudra également circonscrire de façon précise le **groupe d'individus** à qui nous adresserons nos questions. Et tout au long de la recherche, il ne faudra pas perdre de vue que ce sont eux qui sont interrogés et qui parlent dans l'enquête.

Voici quelques **conditions** qui doivent généralement être satisfaites pour une utilisation adéquate d'un questionnaire.

1. *La disponibilité des informateurs* : il importe, en premier lieu, que les personnes sélectionnées pour répondre au questionnaire puissent être rejointes et acceptent de répondre.
2. *La compréhension et la pertinence des questions* : il faut que ces individus soient en mesure de répondre au questionnaire, c'est-à-dire qu'ils saisissent le sens des questions (compréhension) et qu'ils aient en leur possession l'information demandée (pertinence).
3. *La transmission sans distorsion des réponses* : les répondants doivent communiquer sans distorsion l'information ou leur réponse. Cela réfère entre autres au type de questions posées. Par exemple, le risque de distorsion est plus élevé si on demande à des étudiants s'ils ont déjà utilisé le plagiat dans un travail.

Enfin, on doit déterminer le **mode d'administration du questionnaire**. Est-ce que le questionnaire sera *autoadministré* par le répondant qui inscrira lui-même ses réponses, ou est-ce qu'il sera *administré* par un interviewer qui pose les questions et inscrit les réponses au cours d'une entrevue ?

La distribution du questionnaire peut se réaliser *par la poste, de main à main ou par voie électronique* (site web ou courriel) pour les questionnaires autoadministrés.

On utilise *l'entrevue téléphonique* ou en *face à face* lorsque le questionnaire est administré par un interviewer.

Ce sont souvent des contraintes financières ou des limites en terme de ressources qui viendront déterminer le format du questionnaire. Toutefois, certaines considérations telles la longueur du questionnaire, la complexité des questions ou le caractère personnel des questions doivent être prises en compte. Par exemple, l'entrevue téléphonique ne sera pas adéquate pour un long questionnaire, des questions complexes peuvent requérir l'intervention d'un interviewer pour s'assurer qu'elles soient comprises, et selon le type de contenu des questions les répondants pourront se sentir plus à l'aise de répondre dans l'anonymat d'un questionnaire autoadministré.

## 2. La construction du questionnaire.

Le concepteur du questionnaire doit revenir aux éléments de base de la recherche entreprise. À l'aide des objectifs de cette recherche ou de cette évaluation et de la problématique émise, il énoncera les concepts qu'il compte mesurer par des questions. Il faut donc, dans une première étape, dresser la **liste de toutes les variables nécessaires**.

Pour ce faire, certains concepteurs de questionnaires n'hésitent pas à dresser un plan de leur rapport final. Ils précisent ainsi les informations qui seront nécessaires pour la rédaction de leur analyse de données. Cela permet d'établir la liste des questions à poser ainsi que la façon de les poser.

Plus l'enquête est complexe et longue, plus il faudra accorder de l'importance à l'établissement de ce plan d'enquête. En effet, personne ne voudrait se retrouver à la fin d'un processus et découvrir alors qu'on a omis une variable essentielle ou que sa cueillette était erronée.

Une fois les variables identifiées, il faut *opérationnaliser* l'ensemble de ces variables en passant à la construction proprement dite du questionnaire. À cette étape, il faut encore s'assurer :

- que les personnes visées comprennent bien la question,
- qu'ils sont capables de donner une réponse,
- qu'ils acceptent de répondre et

- que cette réponse est authentique et non influencée.

Il faut se rappeler qu'on ne devrait pas retenir de questions inutiles, c'est-à-dire qui n'ont aucun lien avec les objectifs de l'enquête. La cueillette d'un trop grand nombre d'informations augmentera inutilement le temps de traitement. On devrait éviter les items qui relèvent plus de la curiosité que de l'utilité.

Afin de rédiger les questions, on peut se placer dans la peau des répondants, tenter de prévoir comment ils peuvent réagir aux questions et les concevoir de façon à favoriser l'obtention de l'information désirée. On pourra s'inspirer de questions qui ont déjà été produites pour d'autres questionnaires s'intéressant au même thème ou à des thèmes connexes. On profitera ainsi des expériences des autres. On pourra prendre connaissance de diverses formulations possibles et adapter celles qui conviennent le mieux.

On peut consulter, entre autres, les questionnaires de **La relance** élaboré par le Bureau de la recherche institutionnelle (BRI) à l'adresse <http://avoudrey.bri.ugam.ca/relance/default.htm>

### La formulation des questions

Sur le plan de la forme, les questions se répartissent en **questions fermées**, dont la formulation inclut une liste préétablie de réponses possibles, et en **questions ouvertes**, auxquelles les individus interrogés répondent comme ils le souhaitent, de manière brève, à l'aide de leur propre vocabulaire.

Dans les **questions fermées**, le choix des réponses doit être aussi complet que possible et ces réponses doivent être mutuellement exclusives. Les différences entre les réponses doivent aussi être claires, de telle sorte que les répondants trouvent aisément la catégorie correspondant à leur réponse. On associe à ce type de questions :

- la **question dichotomique** : qui offre le choix de deux réponses et demande d'en retenir une seule;
- la **question à possibilités multiples**, qui offre plusieurs réponses mais demande d'en choisir une seule;
- la **question avec réponses multiples**, qui offre la possibilité de choisir autant de réponses que désirées dans la liste offerte;
- la **question avec classement**, qui demande d'ordonner différentes réponses selon un ordre de préférence ou d'importance;
- la **question avec échelle d'évaluation**, qui demande de répondre par une cote établie selon une échelle variant du *pas du tout satisfait* au *très satisfait*, ou du *totalemment en désaccord* au *totalemment en accord*, etc. En général, il semble qu'une échelle à quatre degrés d'évaluation soit la plus simple et la plus performante.

Ainsi, les questions fermées demandent peu de temps pour répondre, elles sont faciles à codifier et elles se prêtent facilement à un traitement statistique. Toutefois, un choix incomplet de réponses peut engendrer de fausses conclusions et il est impossible de tenir compte des nuances (*Oui, mais..., cela dépend..., etc.*)

Les **questions ouvertes** présentent un certain nombre d'avantages : une plus grande liberté d'expression; il n'y a aucun biais engendré par la limite des réponses possibles; les répondants peuvent nuancer leurs réponses. Mais les réponses à des questions ouvertes peuvent être vagues et difficiles à interpréter. Il faudra, avant d'interpréter les résultats à de telles questions, procéder à une analyse du contenu de l'ensemble des réponses pour les regrouper en un certain nombre de

catégories. Le traitement d'une question ouverte s'avère donc plus long et plus complexe. Toutefois, les questions ouvertes seront utilisées dans une enquête exploratoire ou lors d'un prétest. Les réponses et commentaires obtenus permettent alors de formuler des questions fermées plus satisfaisantes. On recommande souvent d'insérer quelques questions ouvertes dans un questionnaire, car cela brise la monotonie et accroît la motivation à répondre.

### La qualité des questions

La validité des questions utilisées et du questionnaire dans son ensemble peut être mesurée à l'aide de trois critères :

- **La clarté.** Le vocabulaire utilisé dans la formulation des questions doit demeurer simple. Si des termes techniques ou scientifiques doivent être utilisés, il faut s'assurer que leur compréhension est partagée par tous les répondants ou que leurs définitions sont incluses au questionnaire. Il faut éviter toute ambiguïté qui serait engendrée, par exemple, par une question portant sur plus d'une dimension. Il convient de n'introduire qu'une seule idée à la fois. Rappelons-nous qu'on ne doit pas s'attendre à ce que les répondants aient à deviner ce que désirait le concepteur du questionnaire.  
On évitera les choix de réponses qui portent à interprétations telle une question sur la fréquence pour laquelle les choix seraient : *très souvent, souvent, quelquefois, rarement et jamais*. Il vaut mieux tenter de quantifier les fréquences possibles.
- **L'adéquation.** Les interviewés doivent posséder l'information qu'on cherche à acquérir et avoir ainsi la capacité de répondre.
- **La neutralité.** Une question est neutre si elle demande une information d'une manière objective et impartiale, c'est-à-dire si elle préjuge le moins possible des réponses éventuelles. Le libellé d'une question ne devrait pas suggérer une réponse plus qu'une autre.

### Le questionnaire dans son ensemble.

Lorsqu'on croit avoir terminé la rédaction des questions, on devrait prendre un peu de recul et considérer le questionnaire dans son ensemble.

- On devra y trouver une introduction pertinente informant le répondant du sujet du questionnaire. On devra y indiquer le pourquoi des questions posées ainsi que les objectifs de l'enquête.
- On devrait retrouver une note concernant la confidentialité accordée aux auteurs des réponses et commentaires émis.
- On trouvera des consignes claires permettant d'indiquer au répondant le chemin à suivre. On trouvera habituellement des consignes générales au début du questionnaire et, si nécessaire, des consignes spécifiques à l'endroit où elles sont requises.
- Le questionnaire aura avantage à se structurer en sections correspondant chacune à une variable ou à un groupe de variables.
- Dès le début, on trouvera une section intéressante et facile à répondre de manière à encourager la collaboration de la personne.
- Les passages d'une section à l'autre seront marqués par une courte phrase de transition informant le répondant de l'orientation du questionnaire. Les sections devraient être placées selon un ordre aussi «naturel» que possible en s'enchaînant les unes aux autres.
- L'ordre des questions à l'intérieur d'une section doit faciliter la tâche du répondant. Les questions générales précéderont les questions plus spécifiques.
- On peut être amené dans la structure du questionnaire à utiliser une question filtre qui permet, selon la réponse obtenue, de choisir l'ensemble des questions qui suivront. Les consignes à ce propos doivent être extrêmement claires.
- On conclura par une formule discrète de remerciements.

La **longueur** du questionnaire varie selon le format, le mode d'administration choisi et le public auquel il s'adresse. Les questionnaires autoadministrés ou remplis sans la présence d'un interviewer doivent être aussi courts que possible. Les entrevues en face à face peuvent être légèrement plus longues. Un questionnaire jugé trop long, surtout lorsqu'il est autoadministré, tend à provoquer des réponses stéréotypées vers la fin.

### **Le prétest**

Avant d'administrer le questionnaire, il est essentiel de le valider à l'aide d'un prétest. Celui-ci consiste à soumettre le questionnaire à un faible nombre de personnes, susceptibles d'être interrogées, mais suffisamment différentes pour déceler le maximum de lacunes présentes dans le questionnaire. On demandera aux personnes ainsi sondées de soulever toutes les imprécisions. Le prétest permet d'apporter des corrections au questionnaire initial. Il faudra parfois recourir à plus d'un prétest. Ce ne sera pas du temps perdu. Le prétest constitue l'occasion ultime de corriger ses erreurs avant l'administration du questionnaire. Après, il est trop tard, il faut se contenter de ce qui est obtenu.

On peut parfois s'inspirer des discussions qui ont eu lieu à une **table ronde** pour construire une première version d'un questionnaire ou pour effectuer le prétest d'une ébauche de questionnaire.

## **3. L'utilisation des résultats.**

Une fois le questionnaire administré, on devra procéder à la compilation des données recueillies. On pourra effectuer cette compilation dans un fichier informatique qui contiendra l'ensemble des données. Mais avant, il aura fallu codifier le questionnaire. Cette codification ou ce codage consiste à attribuer un code distinct pour chaque réponse possible à une question. On peut procéder à une précodification pour les questions fermées. La réalisation physique du questionnaire devrait prévoir cette codification pré-établie, cela facilite énormément le travail de saisie à réaliser ultérieurement. La codification des questions ouvertes et de celles comportant un choix de réponse « autre réponse (préciser) » ne pourra se faire qu'après la passation du questionnaire. Il faut en effet procéder à une analyse du contenu de ces réponses pour construire des catégories qui seront alors codifiées.

Une fois la saisie des données effectuée, on pourra procéder au traitement de celles-ci dans le but de produire un rapport de l'enquête présentant les résultats au questionnaire.

Le rapport comprendra une première partie précisant la population à laquelle s'adressait le questionnaire, la méthodologie utilisée et le taux de réponses obtenu. On poursuivra par une présentation organisée des données à l'aide de tableaux ou de graphiques et en synthétisant ces informations, lorsque nécessaire, par des mesures statistiques appropriées (moyenne arithmétique, médiane, écart-type, ...). Le rapport devra contenir, au moins en annexe, la formulation exacte des questions posées.

On procédera ensuite à une interprétation des données. Interpréter, c'est trouver un sens à ce qui a été observé. C'est replacer les observations dans le contexte des hypothèses de départ. C'est y chercher des explications pour comprendre les dynamiques qui interviennent dans un phénomène. Il faut toutefois demeurer très prudent dans ce processus. On peut être tenté de généraliser de façon abusive des observations qui avaient une portée limitée. On peut être tenté de déceler une relation de cause à effet où ne se trouvent que deux facteurs évoluant côte à côte. Il pourrait être utile dans certains cas de tenter de valider nos résultats d'interprétation par une nouvelle table de discussion.