

Le confection d'un questionnaire d'enquête et la formulation de ses questions

الأستاذة : نوال هامل
قسم الآداب و اللغات الأجنبية
جامعة محمد خيضر - بسكرة (الجزائر)

Résumé :

Le questionnaire est l'un des outils d'enquête le plus employé dans les recherches universitaires, dans le but d'obtenir des données ou des informations relatives aux conditions de vie des personnes ou à leurs opinions, il se compose d'un formulaire contenant une série de questions destinées à un public bien déterminé. Un bon questionnaire doit contenir tous les éléments nécessaires, visant à optimiser le recueil de réponses sincères de la part des personnes interrogées. Pour cela, l'étudiant chercheur doit avoir un certain savoir méthodologique assez élargi pour pouvoir réussir la confection de sa technique d'investigation et bien sûr réussir son enquête.

ملخص:

الاستبيان هو واحد من أدوات التحقيق الأكثر استخداما في البحوث العلمية، من أجل الحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بالنمط المعيشي للأشخاص أو بأرائهم، وتتكون من استمارة تحتوي على سلسلة من الأسئلة لجمهور مصمم بشكل جيد. والاستبيان جيد ينبغي أن يحتوي على جميع العناصر اللازمة لتحسين جمع إجابات صادقة من المستطلعين. لهذا، يجب على الطالب الباحث أن يكون لديه اطلاع واسع و كافٍ في مجال المعرفة المنهجية لتكون تقنية ناجحة .

INTRODUCTION

L'étudiant chercheur doit définir un objet et une problématique pour pouvoir avancer des hypothèses et les mettre à l'épreuve; en d'autres termes, il doit préciser théoriquement ce qu'il cherche communément et dans quel cadre. Ce canevas est essentiel à la qualité d'une recherche. La difficulté est que bien souvent, l'étudiant chercheur se retrouve confronté à deux tâches: il est à la fois celui qui recueille les connaissances pour réaliser sa partie théorique, et celui qui opère sur le terrain empirique. Ainsi, l'étudiant chercheur est censé maîtriser et manipuler ces deux opérations. Or cette double compétence, c'est-à-dire avoir la capacité de passer de la théorie à la pratique se voit idéale, qui ne correspond pas à la réalité. En effet, notre chercheur débutant se trouve devant une réalité plus difficile qui nécessite un savoir-faire avec toutes les étapes de sa recherche. Il faut bien le dire que plus la division du travail désassocie la théorie de la pratique et plus elle affaiblit le travail du chercheur et le déqualifie.

L'étudiant chercheur choisit sa méthode en fonction d'éléments théoriques. Dans le cas de la méthode d'enquête, il fournit un effort pour récolter des données qui valideront sa recherche, en étant conscient que la qualité d'une étude et de ses résultats est souvent déterminée par le perfectionnement de cet outil. Ce qui est important de signaler ici, c'est qu'il y a un travail important de préparation à effectuer, ce qui implique un savoir méthodique assez élargi.

1-Définition du questionnaire :

Le questionnaire est un outil d'investigation utilisé par le chercheur pour la collection des informations. ANGERS M. présente le questionnaire comme « technique directe pour interroger les individus »¹. JAVEAU C. ajoute une autre précision en disant : « le questionnaire est un document sur lequel sont notés les réponses sur les réactions d'un sujet déterminé »². En somme, le questionnaire est une technique de recherche qui sert à recueillir des informations des personnes par le biais d'un formulaire, qui contient un nombre de questions.

Mais pourquoi fait-on des enquêtes par questionnaire ? Cette technique est appropriée dans les enquêtes quantitatives, le chercheur vise dans sa recherche la connaissance et la mesure des faits et des opinions d'une population déterminée. BOUKOUS A. nous informe sur la visée du questionnaire en disant : « le sociolinguiste élabore son questionnaire dans le but de confronter avec les données empiriques, la pertinence des questions qu'il se propose d'élucider et de confirmer la validité des hypothèses postulées dans la phase préliminaire de sa recherche »³

Il faut toutefois, rappeler que le choix de cette technique dans une étude doit être réfléchi, c'est-à-dire qu'il faut s'assurer que le questionnaire soit l'outil approprié pour la collection des informations.

1.1 Les étapes préliminaires à la réalisation du questionnaire :

Une fois le questionnaire choisi comme l'outil approprié pour la recherche, le chercheur doit prévoir les actions préalables à la rédaction du questionnaire. FENNETEAU H. signale : « il y a toujours un important travail de préparation à effectuer avant de rédiger les questions qui seront posées à la population »⁴. On aura tendance à repérer 3 étapes

D'abord, l'enquêteur est appelé à définir sa problématique. Il est primordial qu'il énonce la situation qui l'intrigue. Comment, en effet, procéder à la récolte d'informations si on ne sait pas ce qu'on doit chercher. La problématique c'est la boussole qui vous permettra de sortir de la forêt, sain et sauf. Il s'agit dans un premier temps de définir l'objet de la recherche et de le délimiter par exemple : enquête sur le français chez les étudiants, le français parlé ou écrit ? Et pour quels étudiants ?

Attention, la construction de l'objet d'étude peut rencontrer plusieurs difficultés tel que sujet très large, sujet pas assez formalisé, c'est-à-dire qu'il n'est pas inséré dans une perspective théorique, ou encore objet trop consommé, déjà épuisé.

Ainsi, chaque chercheur doit définir l'objet et la problématique, car on peut avoir différentes problématiques sur un même objet.

Ensuite, l'enquêteur doit prévoir D'une part le temps, nécessaire, il peut faire un planning pour organiser son enquête. D'autre part, le budget est souvent un facteur prépondérant, il détermine l'étendue de l'enquête. Il ne faut pas oublier les moyens matériels tels que les

ordinateurs, les imprimantes pour l'impression des questionnaires, et mêmes les moyens de transport. En somme, il faut prévoir tous les moyens pour réussir le déroulement de l'enquête.

Enfin, l'enquêteur doit déterminer ses enquêtés. Suivant le sujet de la recherche, le chercheur interroge toute la population si l'effectif n'est pas élevé, sinon il optera pour la technique d'échantillonnage, qui consiste à déterminer un échantillon représentatif de la population mère, reste à dire que le choix des échantillons se fait selon plusieurs types d'échantillonnages⁵, le chercheur sélectionne la plus fiable. Quelles que soit les difficultés que le chercheur peut rencontrer dans ces étapes, il fera bien de les réaliser, sinon, il sera impossible d'entamer l'enquête.

En revanche, si l'enquêteur a bien réalisé les actions préalables précédentes, il peut passer à la structuration du questionnaire.

2- le questionnaire: un moyen de communication :

Le questionnaire est considéré comme un moyen de communication dès lors que le chercheur entre en contact avec sa population pour l'interroger. Il cherche à recueillir des réponses à partir d'un ensemble de questions. Les actants de cette situation communicative réalisent un terrain commun, BLANCHET A. signale : « toute communication entre individus conduit à co-construire un monde [...] à mettre en place des actions et des actes »⁶. En appliquant cette affirmation sur notre objet d'étude, nous constatons que l'enquêté et l'enquêteur construisent ensemble un univers où règnent la question, l'acte initiatif et la réponse, l'acte réactif.

Mais la présence de l'enquêteur et de l'enquêté dans le même contexte ne suffit pas pour réussir ce questionnaire ou cette communication, or, d'autres données aussi importantes doivent exister BLANCHET A. nous dit : « depuis quelques années se développe dans le champ de la pragmatique l'idée que, pour qu'il y ait communication, il faut que se soient respectées un nombre de règles et de principes »⁷. GRICE, le pragmaticien américain pense qu'un échange entre l'émetteur et le récepteur suppose un minimum d'effort coopératif « tout être raisonnable impliqué dans un échange communicatif se conforme à un principe très général dit principe de coopération »⁸.

L'intérêt de ce principe réside dans l'interprétation des énoncés lors de l'échange. Selon cette théorie grecienne, l'individu est censé respecter le principe de coopération, c'est fondamental pour réaliser cette communication.

3- Le questionnaire: un moyen de mesure :

Il est évident que la réussite d'une enquête dépend de la pertinence des informations qu'on veut mesurer. En parlant de mesure, ANGERS M. la définit comme « un moyen de parvenir à une plus grande précision dans l'observation ». ⁹L'unité principale dans notre outil est bien la question, elle a un rôle précis dans le questionnaire, c'est bien la mesure, et on se référant à la définition de ANGERS M. pour la mesure, on constate que l'information doit être concrète pour pouvoir l'observer et bien sûr la mesurer. Un ensemble d'opérations sont à effectuer par le chercheur pour pouvoir concrétiser les informations.

3.1.1Analyse conceptuelle :

C'est une procédure qui entre dans le cadre de l'opérationnalisation ¹⁰. ANGERS M. la définit comme « un processus de concrétisation des concepts de l'hypothèse ou de l'objectif de recherche » ¹¹. Reprenons notre démarche de la recherche, le chercheur la débute par une simple observation de la réalité, ensuite, et avec son esprit scientifique, il va pouvoir développer ce goût d'observation avec des questionnements et des formulations des hypothèses, ces dernières représentent la partie théorique, puisqu'il s'agit tout simplement d'un ensemble de concepts et de propositions, ainsi notre départ débute de la réalité. Notre processus va nous proposer des opérations qui vont pouvoir nous faire retourner à cette réalité dans le but d'examiner notre conception des choses, soit par sa confirmation ou par son infirmation. La première opération consiste à définir les concepts de l'hypothèse. Prenons l'exemple suivant et essayons de relever les idées principales :

Les facteurs sociaux et économiques influencent l'apprentissage d'une langue étrangère. Les principaux concepts de cette hypothèse sont les termes: facteurs sociaux, facteurs économiques et l'apprentissage d'une langue étrangère. Les facteurs sociaux ainsi que les facteurs économiques sont des concepts parce que ce sont un résumé abstrait de plusieurs phénomènes observables dans le terrain

de l'enquête, même chose pour l'apprentissage d'une langue étrangère. Il est à noter que le degré d'abstraction varie d'un concept à un autre. ANGERS M. signale « plus de degrés d'abstraction d'un concept est élevé, plus il y a d'opérations de concrétisation à effectuer pour l'amener au niveau de la réalité observable ». ¹² Une fois le chercheur liste les concepts de son hypothèse, il peut entamer son analyse dans le but de vérifier leurs pertinences, leurs degrés de signification par rapport au thème de la recherche.

Passons à la deuxième opération qui résulte de l'analyse du concept. Le chercheur doit expliciter, clarifier les concepts en les décomposant en dimensions. Cette dernière représente les différentes facettes ou formes de manifestation d'un concept. Cette opération de dimensionnement va permettre de rapprocher beaucoup plus le concept à la concrétisation pour pouvoir le repérer dans la réalité. Retournons à notre hypothèse qui nous sert de démonstration, elle met en relation trois concepts clés : facteurs sociaux, facteurs économiques et apprentissage d'une langue étrangère. De ces idées on peut identifier plusieurs dimensions. Il faut bien le rappeler que c'est la vérification des concepts et leurs définitions qui nous facilite la tâche de découvrir le contenu des dimensions. Prenons les facteurs sociaux par exemple, par leur définition nous obtiendrons un ensemble d'éléments qui participent à la réalisation ou à la construction de la société. On remarque que cette définition pose de diverses dimensions, telles que la famille, la rue, l'école, la maison. Mais on constate que jusqu'à cette étape les éléments obtenus, c'est-à-dire les dimensions, restent assez généraux pour pouvoir les mesurer. Ainsi vient la troisième opération qui consiste à décomposer les dimensions en plusieurs indicateurs. Ces unités élémentaires vont pouvoir mesurer d'une manière rigoureuse et scientifique nos hypothèses dans la réalité. Lorsque le chercheur arrive à cette étape, il faut qu'il soit bien attentif, bien précis, puisque ce sont ces indicateurs qui vont rendre la vérification empirique des hypothèses possible. Cependant, pour donner aux indicateurs cette valeur et cette efficacité, deux critères doivent exister en eux. Tout d'abord, la validité, effectivement, l'indicateur doit refléter adéquatement son concept, ce critère est primordial. Mais la validité seule ne suffira pas pour réussir notre mesure, il faut que cet indicateur soit fidèle. On s'assure que cet

élément ne mesure qu'une seule chose « l'indicateur est supposé ne mesurer qu'une caractéristique spécifique d'un objet et rien d'autre ». ¹³ Et les résultats obtenus doivent être stables, c'est-à-dire que ces résultats ne changent pas à travers le temps « la mesure empirique du concept doit être fidèle c'est-à-dire qu'elle doit donner des résultats constants ». ¹⁴

Pour conclure, il est indispensable que le chercheur teste ses indicateurs pour s'assurer de leur fidélité et leur validité puisque ce sont ces deux critères qui représentent la propriété d'un bon indicateur, il est censé poser chaque fois ces deux questions : un indicateur mesure-t-il vraiment ce qu'il est supposé mesurer ? Est-ce qu'il représente toujours un résultat constat ? Comme ça on est sûr de réussir l'enquête.

Restons toujours dans la construction des indicateurs et essayons de voir la nécessité d'une pluralité d'indicateurs. Il est déconseillé de mesurer un concept avec un seul indicateur, cela mènera à des complications qui infecteront les deux critères précédents. En effet « un seul indicateur peut être trompeur ». ¹⁵ Prenons comme exemple le concept échec scolaire et comme indicateur unique programme scolaire difficile. Cet indicateur laissera croire qu'en changeant le programme, il n'y aura plus d'échec scolaire, mais si on utilise plusieurs indicateurs pour le concept échec scolaire, tels que la pauvreté, le divorce des parents,

L'handicap physique ... etc., on peut en venir à conclure le contraire de ce que pourrait laisser croire un seul indicateur.

En somme, l'analyse conceptuelle est le seul processus scientifique, qui va nous faire retourner à la réalité que nous venions juste la quitter par l'élaboration de l'hypothèse, pour cela le chercheur doit conduire à bien cette opération, il doit tenir compte de tous les éléments concept, dimension, indicateur puisque c'est la seule démarche qui va nous permettre d'atteindre le stade de l'observation.

4- Les types de questions dans un questionnaire :

Le moyen primordial de mesure dans le questionnaire est la question. Avant de passer à la rédaction des questions, il est important de déterminer le format de celle-ci. Il y a trois types : les questions fermées, ouvertes et semi ouvertes. Chacune d'elles a ses propres caractéristiques et présentent à la fois des avantages et des

inconvenients particuliers.

La question fermée, c'est la formule la plus adaptée au traitement et à l'analyse statistique. Dans ce genre d'interrogation, on distingue trois formes. La question à choix multiples, comme son appellation l'indique l'interrogé dispose de plusieurs modalités de réponses, il choisit celle qui lui convient. On distingue dans ce type, d'une part, les questions à choix unique, c'est-à-dire que l'interrogé ne peut retenir qu'une seule modalité de réponse l'enquêté peut choisir plus qu'une réponse. BOUKOUS A., nous conseille d'ajouter « une réponse autre (à spécifier) pour nous donner encore plus de latitude au sujet ».¹⁶ et d'autre part, les questions à choix multiples, l'enquêté peut choisir plus qu'une réponse.

La deuxième forme, c'est la question dichotomique, elle ne présente le choix qu'entre deux réponses opposées, le oui ou le non ou bien le pour ou le contre. Exemple : Aimez-vous la langue française ? Oui / Non, ici l'interrogé choisit une seule réponse. Dans certains cas on ajoute une troisième suggestion c'est : je ne sais pas. Ce type de question est considéré comme le plus facile à traiter. la dernière forme, c'est La question à échelle. L'enquêteur l'utilise pour pouvoir mesurer des variables qualitatives, en d'autres termes quantifier ce qu'est qualitatif, FENNETEAU H. signale : « les principales échelles ont été conçues initialement pour analyser [...] Les attitudes ».¹⁷ L'un des questions à échelles les plus utilisées dans des domaines variés, est le modèle de LIKERT .On propose à l'interrogé de démontrer son degré de satisfaction ou d'insatisfaction, ou encore le degré d'accord ou de désaccord en passant par stade intermédiaire,

Plusieurs avantages peuvent être attribués à ce type. Avec la question fermée, le recueil de réponses est simple, ce qui facilite l'analyse de l'information. Les modalités de réponse présentées aident l'interrogé à orienter sa réflexion. Mais ça ne veut pas dire que la question fermée ne contient pas des limites. Elle prive l'interrogé de s'exprimer librement selon FENNETEAUH. « Les réponses que l'on collecte ne fournissent pas d'indications sur la façon dont la question a été comprise »¹⁸

La question ouverte est le deuxième type. Comme son nom l'indique, ce type ne contient pas de suggestions de réponses. Par exemple : Que pensez- vous de ceux qui disent que le français est la

langue du progrès scientifique ? L'enquêté peut dire ce qu'il veut, il est libre de donner n'importe quelle réponse. MUCCHILLI R. confirme ces détails en disant : « la question dite ouverte ne prévoit pas les réponses et laisse à l'individu la liberté complète de s'exprimer »¹⁹. Ce qui est avantageux dans ce type de question c'est que l'enquêteur peut découvrir des informations très importantes de la part de l'enquêté. En plus l'enquêteur n'est pas censé de savoir à l'avance ce que l'enquêté peut penser, il détermine simplement le thème de la question, en laissant à l'enquêté la chance de s'exprimer avec son propre vocabulaire. Cependant, ce type pose les difficultés lors du traitement de l'information. Les réponses obtenues risquent d'être vagues et difficiles à interpréter ce qui exige une véritable analyse du contenu. Pour éviter ce genre de contrainte, il est utile de limiter l'ampleur de la réponse par le nombre de lignes fournies pour répondre.

Un autre type de question aussi fréquent dans le questionnaire, il s'agit de la question semi ouverte ou semi fermée, elle combine le besoin de structurer des réponses de l'enquêté avec la nécessité d'avoir des informations plus libres. C'est un mélange entre une question fermée et une question ouverte, certains méthodologues l'appellent question cafeteria, d'autres l'appellent question mixte. Le principe dans ce type est de suggérer un ensemble de réponses comme la forme de la question aux choix multiples, mais on laisse la possibilité d'ajouter des réponses libres, en dehors de l'éventail proposé. Les atouts de ce type de question, peuvent se résumer dans le dépouillement facile puisque plusieurs réponses sont déjà prévues. Mais sa limite risque de joindre celle de la question ouverte, car proposer la catégorie Autres réponses nous mènera à ouvrir une issue pour d'autres propositions non prévues, ce qui nécessite encore une véritable analyse de contenu.

5- Le contenu des questions:

En fonction des objectifs visés par l'enquêteur, on distingue selon le contenu, une question de fait et une question d'opinion. Le premier type porte sur des comportements, sur les pratiques des enquêtés, elles sont selon BOUKOUS A. « relatives aux phénomènes observables »²⁰, tel que : fréquentez- vous la bibliothèque? Lisez- vous des journaux en français? Simplement, il faut bien trier ces questions pour ne pas

déranger l'enquêté ou le choquer. Le second type porte sur les avis des enquêtés sur leurs représentations, leurs attitudes, à titre d'exemple : Que pensez- vous de l'enseignement secondaire en Algérie? tout à fait satisfait/plutôt satisfait /plutôt pas satisfait/pas du tout satisfait, Certains enquêtés estiment ce genre de question, ils pensent que leurs opinions ont une valeur.

Les questions d'opinions peuvent être sous la forme d'une question dichotomique, mais BERTHIER N. nous conseille de les éviter « le répondant est tenté de donner une réponse de convenance ou d'acceptation sans réfléchir »²¹ Il se trouve que d'autres formes de questions peuvent convenir pour recueillir des avis, il s'agit des questions à échelle, vue précédemment. Enfin il est utile de rappeler que l'enquêteur doit prendre des précautions, de ne pas charger la question et d'employer un vocabulaire qui correspond à l'enquêté, pour garantir la réponse

6. Les traits distinctifs de la question dans un questionnaire (les règles de construction) :

L'enquêteur est appelé à bien choisir ses mots pour la formulation des questions et essentiellement celles des propositions de réponse. BERTHIER N. signale « élaborer un questionnaire demande une réflexion importante sur le vocabulaire. Non pas pour faire une œuvre littéraire, mais pour qu'il soit compris par tous et compris de la même façon par tous ». ²² Cette étape se voit la plus délicate, le chercheur se montre fort inquiet lors de la rédaction des questions, de peur qu'il commette des erreurs qui pourront infecter les réponses. Pour cela certaines règles sont à respecter pour pouvoir réussir son enquête.

6.1 La neutralité de la question :

La neutralité ou encore l'objectivité est parmi les caractéristiques les plus importantes pour former l'esprit scientifique, donc logiquement ce trait doit apparaître dans chaque étape de la recherche menée par le chercheur. Il est bien clair que l'enquêteur cherche à obtenir des nouvelles informations, sincère, et pour réaliser cela, il est utile de ne pas chercher à influencer par avance le contenu de la réponse. BERTHIER N. nous avertit en disant : « il faut prendre garde aux risques de suggestion induits par les questions tendancieuses ». ²³ Tester les questions avant leurs passations

définitives permet de vérifier leur neutralité, et si par hasard un item offre des réponses subjectives, il faut impérativement renoncer à l'employer dans le questionnaire

6.2 L'unicité de la question (double idée) :

« Une question ne doit comprendre qu'une seule idée à tester puisqu'il faut savoir, sans la moindre ambiguïté, à quelle idée se rapporte la réponse obtenue »²⁴ nous informe ALBARELLO L..La question doit contenir qu'une seule idée, une question à double idée entraîne l'ambiguïté comme celle-ci: Aimez-vous la langue arabe et la langue française ? On ne pourra jamais savoir si la réponse se rapporte à la langue française ou à la langue arabe ou aux deux, comme il y a deux idées, on doit alors construire deux questions. On peut ajouter à cette règle, l'utilisation des mots à plusieurs sens, qui entraînent aussi l'ambiguïté, en essayant d'enrichir nos items avec des mots et leurs synonymes, on risque d'introduire de nouvelles connotations, cela peut avoir un impact sur les réponses de la population interrogée. FENNETEAU H. nous conseille « d'analyser la signification seconde des mots ».²⁵

6.3. La négation dans la question :

SINGLY F. nous signale : « les questions contenant des négations amènent des réponses impossibles à comprendre »²⁶. Que signifie le oui ou le non dans cet exemple ? : Ne pensez-vous pas que la langue française est la langue du progrès scientifique ? Dans cet exemple l'enquêté aurait du mal à savoir s'il doit répondre par oui ou non pour marquer son accord. Ce genre de question désintéresse l'interrogé et l'amène à répondre au hasard.

6.4 Des termes simples et familiers :

La clarté et la simplicité du vocabulaire réalisent la communication voulue entre l'enquêteur et l'enquêté. ANGERSM. nous rappelle : « il faut en rédigeant chaque question, employer des termes faisant partie du vocabulaire de la population visée »²⁷ MUCCHIELLI R. le rejoint en disant : « le rédacteur doit prévoir des questions claires dont la compréhension ne pose aucune difficulté on se fait toujours des illusions sur les degrés [...] de cultures ou d'intelligences des enquêtés »²⁸ En effet il faut que le vocabulaire utilisé soit conforme BERTHIER N. nous conseille aussi d'éviter les sigles et les abréviations dans les questions²⁹. Il faut, soit nommer les sigles et les

abréviations ou prévoir des explications en bas de page de la question, de cette façon on peut aboutir à un résultat satisfaisant.

Pour conclure ce trait l'enquêteur doit s'efforcer de bien trier ses mots et d'éviter le jargon, les termes techniques et de formuler des questions qui seront comprises par toute la population concernée par l'étude.

6.5 Une question courte :

La longueur de la question peut désorienter l'enquêté dans sa réponse ANGERS M. signale que la question doit être courte pour éviter les incompréhensions. Profitons de ce trait pour parler de la longueur du questionnaire. On doit prêter une intention particulière à la longueur du questionnaire. MUCCHIELLI R. nous dit : « la question longue, compliquée, exigeant de la réflexion, nécessitant de l'attention parce qu'il faut remplir des cases, [...] Provoque une tendance à " démissionner". Le questionnaire trop long produit, à un certain moment, le même effet ». ³⁰ Effectivement la longueur du questionnaire aurait fatigué et découragé l'interrogé.

MUCCHIELLI R. confirme : « on a pu montrer expérimentalement que dans le questionnaire envoyé par poste, l'augmentation de longueur augmente automatiquement le pourcentage de non-réponse » ³¹. Donc il faut limiter la longueur du questionnaire pour motiver l'interrogé à répondre.

En somme, il est recommandé de bien respecter ces règles techniques dans la rédaction des questions, cela nous permettra de s'abstenir le recueil des réponses factices et d'avoir des données valides. La formulation des questions doit être selon les caractéristiques des répondants.

7- L'administration et la passation du questionnaire :

Administrer un questionnaire c'est déterminer le mode de collecte de la réponse auprès de la population ciblée. Plusieurs facteurs peuvent contribuer à l'administration du questionnaire, le type d'enquête, le nombre des enquêtés et surtout à ne pas négliger le coût ³² donc, on doit donner beaucoup d'importance à ces éléments. On distingue quatre méthodes d'administration du questionnaire, considérées comme les plus adaptées. Sous deux types, nous avons:

Le questionnaire administré, dans cette situation C'est l'enquêteur qui assiste et prend la charge de remplir le formulaire par les réponses

de ses informateurs. Ces enquêtes peuvent être soit en face à face, en effet, dans ce type d'administration, l'enquêteur rencontre directement l'enquêté et lui pose ses questions. Ces rencontres peuvent s'effectuer à la maison, dans la rue, dans les établissements ou encore dans les entreprises. Ce qui caractérise cette rencontre, c'est la rapidité de l'obtention des réponses et leur taux élevé. L'enquêteur peut présenter un questionnaire long vu le temps qu'il passe avec l'enquêté. Cependant, il y a certaines limites qu'on doit prendre en considération, telles que la subjectivité, effectivement la présence de l'enquêteur risque d'influencer les réponses soit d'une façon explicite ou bien implicite, ajoutons encore le coût de cette administration, exemple: coût de transport puisque l'enquêteur est obligé de se déplacer pour rencontrer ses informateurs. Ou encore par téléphone, ce type présente un avantage : c'est la rapidité du recueil de l'information et il est bien moins coûteux, puisque l'enquêteur ne sera pas obligé de se déplacer, les coups de téléphone suffiront, mais encore une fois ce type peut engendrer certains inconvénients. Le support téléphonique peut limiter la longueur du questionnaire. Sauf si on prévient l'informateur de notre appel.

Le deuxième type est le questionnaire auto administré, C'est l'enquêté qui répond et mentionne lui-même ses réponses. On peut le distribuer soit en face à face, l'enquêteur donne directement un formulaire à remplir à des enquêtés, le support utilisé est le papier, sur lequel sont écrites toutes les questions (c'est notre corpus d'étude). Soit par poste, l'administration ici est par voie postale toujours avec le même support qui est le papier. Elle peut être également par Internet. Il s'agit, d'envoyer des questions et de recueillir des réponses par Internet mais l'enquêteur est censé connaître toutes les adresses e-mail des enquêtés. Sinon il s'adresse à des sites web.

Le questionnaire auto- administré n'est pas privé d'avantages; d'une part, il permet d'interroger un grand nombre de personnes d'une façon moins coûteuse, d'une autre part, Les informateurs ont la chance de posséder les formulaires ce qui facilitera la compréhension des questions, ajoutant aussi « le délai de réflexion important »³³. Il y a toute fois des inconvénients qui nécessitent une attention: d'après quelques interrogations auprès des étudiants post- gradués du FLE sur le taux des réponses, on a constaté que le nombre des répondants

est faible et leurs réponses sont vraiment incomplètes et partielles, en effet l'enquêté se voit tout seul confronter une variété de questions, logiquement il va sauter celles qui paraissent difficiles ou ambiguës.

Il faut noter que le plus important dans l'administration du questionnaire est qu'il soit le même, passer à l'échantillon représentatif on parle ici de sa standardisation « c'est la condition de la mesurabilité »³⁴. L'enquêteur peut adapter différents modes, par exemple: questionnaire par Internet, questionnaire en main à main. Le but est de garantir un taux élevé de réponses.

8-Présentation finale du questionnaire

Une très grande importance doit être accordée à l'image du questionnaire, c'est une tâche qui doit être réfléchie. Le questionnaire doit avoir une apparence simple et claire, en effet, l'enquêteur doit choisir la qualité du papier, le caractère de l'écriture pour qu'elle soit lisible. Il songera aussi à numéroter et aérer les questions pour pouvoir mentionner les réponses.

L'enquêteur doit débiter son questionnaire avec une introduction qui présente brièvement le thème et les objectifs de la recherche, le but est d'informer les enquêtés et de les stimuler à la coopération, il doit indiquer également les mesures de protections de la confidentialité. Si le questionnaire est administré par l'enquêteur, il lit l'introduction si c'est le contraire alors l'introduction sera mentionnée dans le formulaire et située en tête de l'ensemble.

L'enquêteur doit aussi maîtriser l'ordonnancement des questions pour ne pas influencer les réponses. Il est nécessaire de mettre l'enquêté à l'aise et de ne pas le brusquer dès le début du questionnaire avec des questions difficiles, exemple : Pouvez- vous nous définir le métissage linguistique ? Ou des questions personnelles comme : Que pensez-vous des discours de votre président? L'enquêteur doit s'arranger de doser petit à petit ses questions, le questionnaire aura la forme entonnoir, il débutera avec des questions simples .BERTHIER N. nous suggère même d'introduire des questions -détentes³⁵ même si ce genre de questions n'ajoute rien à l'enquête, il permettra à l'enquêté au moins de se décontracter et de reprendre son souffle. Une autre astuce dans l'agencement des questions peut aider l'informateur à répondre, il s'agit de titrer les parties du questionnaire, cela veut dire que l'enquêteur regroupe les questions qui visent un objectif commun

et leur donne un titre. Cette opération garantira la cohérence et la continuité des questions et le questionnaire paraîtra moins long aux yeux de l'enquêté. Quant à BOUKOUSA, nous conseillons de débiter avec les questions générales vers les questions spécifiques³⁶ ça va donner la possibilité aux informateurs de saisir le sujet du questionnaire. En bref, il est nécessaire de prendre des mesures de précaution dans l'agencement des questions pour pouvoir gagner non pas simplement la confiance des enquêtés mais aussi leurs honnêtetés. En somme le questionnaire doit être convivial pour les enquêtés.

Avant la passation définitive passer du questionnaire L'enquêteur doit nécessairement le tester. Il choisit un groupe qui dispose des caractéristiques similaires à celle de l'échantillon représentatif et on lui passe le questionnaire. Le but de ce test est bien clair ; on veut avoir un aperçu sur la façon dont les répondants réagissent aux questions. Il s'agit de déceler les lacunes telles que l'ambiguïté des questions ou leur illisibilité. En effet à partir des réponses recueillies, on peut modifier le questionnaire si nécessaire ou encore proposer ces réponses obtenues comme des modalités dans les questions à choix multiples. Il faut dire que cette étape est vraiment cruciale, elle permet le perfectionnement du questionnaire. Plusieurs questions peuvent aider l'enquêteur à vérifier son questionnaire : Est-ce que cette question est indispensable? Est-ce que la question donne tendance à répondre à autre chose que le sujet de recherche ?

Un bon questionnaire doit être simple, souple, rigoureux et précis permettant l'autonomie du répondant

9- Les critères d'un enquêteur réussi :

Le grand souhait de tout enquêteur est de réussir son enquête. Pour cela, il est impératif qu'il soit stimulé par ses objectifs déjà tracés, qu'il soit bien formé pour qu'il puisse maîtriser les différents outils d'investigation. Une autre maîtrise doit être encore réalisée, c'est le savoir-faire avec le terrain, avec la population qui est la source des données qui seront récoltées. « Ils doivent maîtriser avec lucidité ce rapport curieux d'une personne qui, sur un sujet donné, parfois très personnel et intime, va se confier à une autre personne qu'elle ne connaissait que quelques minutes auparavant »³⁷. Il doit aussi être neutre dans toutes les étapes même dans la dernière phase, celle de l'analyse « il doit en quelque sorte mettre sa propre personnalité entre

parenthèses (...) même si l'on reconnaît que cet objectif est absolument irréalisable, il reste néanmoins un idéal vers lequel il faut tendre. »³⁸ En effet, c'est très important qu'il donne l'impression qu'il est impersonnel et faire en sorte que l'enquêté soit convaincu qu'il est interrogé en tant que membre d'un groupe social et non en tant qu'individualité. « Un bon enquêteur doit mettre ses locuteurs en situation de confiance »³⁹.

Bref, on ne peut pas récolter des informations du terrain si on ne se montre pas intéressé, motivé par notre sujet d'étude faisant une preuve d'une volonté de savoir boulimique.

Références et bibliographiques

- ¹ - ANGERS M. : *Initiation pratique à la méthodologie des recherches*, Casbah université, Alger, 1997. p. 146
- ² - JAVEAU C.: *L'enquête par questionnaire: Manuel à l'usage du praticien* collection Amazon, 2002 p. 29
- ³ - BOUKOUS A.: CALVET L- J. et DUMONT P.: *L'enquête sociolinguistique*, L'harmattan, 1999p. 15
- ⁴ - FENNETEAU H. : *Enquête : entretien et questionnaire*, collections les tops, 2002p. 42
- ⁵ -ANGERS M.: *Op.cit.*, p.241
- ⁶ - BLANCHET A. : *Les techniques d'enquête en science sociale: observer, interviewer, questionner*, collection psycho sup., 2005, p.128
- ⁷ - *Ibid.*, p.129
- ⁸ - CHARAUDEAU P. DOMINIQUE M.: *Dictionnaire d'analyse du discours*, Edition du Seuil, Paris, 2002, p.368
- ⁹ - ANGERS M.: *Op.cit.*, p. 117
- ¹⁰ - *Ibid*, p. 102
- ¹¹ - *Ibid*, P.102
- ¹² - *Ibid*, p.109
- ¹³ - GAUTHIER B : *Recherche sociale:de la problématique à la collecte de données;* Presse de l'université de Québec, 2003, p. 196
- ¹⁴ - *Ibid*, p.196
- ¹⁵ - MAURICE A. : *Op.cit.*, p. 111
- ¹⁶ - BOUKOUS A.: *Op.cit.*, p. 17
- ¹⁷ - FENNETEAU H. : *Op.cit.*, p. 75
- ¹⁸ - *Ibid*, p. 72

- ¹⁹ - MUCCHIELLI R. : *Questionnaire dans enquête psychosociale, collection formation permanente Sc. humaines, numéro2, 1994Op. cit, p. 23*
- ²⁰ - BOUKOUS A.: *Op. cit* . p. 16
- ²¹ - BERTHIER N. : *Les techniques d'enquête, méthodes et exercices corrigés, collection Cursus, 2000, p. 73*
- ²² - BERTHIER N. :*Op. cit, p.82*
- ²³ - *Ibid, p.84*
- ²⁴ - ALBARELLO L. :*apprendre à chercher, l'acteur social et la recherche scientifique 2eme édition, collection méthode en science humaine Bæck 2000, p. 97*
- ²⁵ - FENNETEAU H. :*Op. cit, p.90*
- ²⁶ - SINGLY F. : *l'enquête et ses méthodes : le questionnaire, Armand Colin, collection : 128 sociologies, 2000, p.83*
- ²⁷ - ANGERS A. : *Op. cit, p.186*
- ²⁸ - MUCCHIELLI R. : *Op.cit, p.44*
- ²⁹ - BERTHIER N.: *Op. cit., p.83*
- ³⁰ - MUCCHIELLI R. :*Op. cit, p.44*
- ³¹ - *Ibid, p. 44*
- ³² - <http://www.apce.com/pid531/realiser-questionnaire.html#Administration>
- ³³ - FENNETAEU H. :*Op. cit, p. 55*
- ³⁴ - BOUKOUS A. :*Op. cit, p. 19*
- ³⁵ - BERTHIER N. : *Op.cit, p. 88*
- ³⁶ - BOUKOUS A. : *Op. cit, p.22*
- ³⁷ - ALBARELLO L.:*Op.cit, p. 129*
- ³⁸ - BANKS D.: *Analyse des discours spécialisés, in Revue française de linguistique appliquée, vol VI, 2001/2*
- ³⁹ - DEPLTEAU F. :*la démarche d'une recherche en sciences humaines, de Boeck Université, 2000, p. 333.*