

C.3



Catalogue 12-519F

# ÉLABORATION ET CONCEPTION DES QUESTIONNAIRES D'ENQUÊTE

R. Platek, F.K. Pierre-Pierre et R. Stevens

Canada

### Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

### Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Division des méthodes de recensement et d'enquêtes-ménages,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9802) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux **utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la Northwestel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la Northwestel Inc.)	Zénith 2-2015

### Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)990-8114  
1(613)990-8115

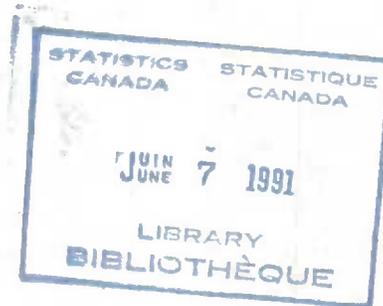
5687134 c.3  
BFZC

---

# ÉLABORATION ET CONCEPTION DES QUESTIONNAIRES D'ENQUÊTE

---

R. Platek, F.K. Pierre-Pierre et P. Stevens



Statistique Canada  
Division des méthodes  
de recensement et d'enquêtes-ménages

Publication autorisée par  
le ministre des Approvisionnements  
et Services Canada

Ministre des Approvisionnements  
et Services Canada 1985

Juin 1985  
6-7200-501

Prix: Canada, \$25.00  
Autres pays, \$26.50

Paiement en dollars canadiens  
ou l'équivalent

Catalogue 12-519F  
ISBN 0-660-91448-4

Ottawa

## PRÉFACE

Pour mener des enquêtes avec succès, il faut, entre autres choses, concevoir et élaborer des questionnaires qui permettent de recueillir les données dont on a besoin de la façon la plus exacte et la plus économique possible. Toutefois, il est étonnant de constater que bon nombre d'enquêtes n'ont pu donner les résultats escomptés parce qu'on n'avait pas consacré suffisamment d'attention, de soins et de ressources à l'élaboration des questionnaires. Nous espérons que le présent document, qui contient de nombreuses explications des principes généraux des enquêtes, favorisera la conception de bons questionnaires d'enquête tout en servant d'ouvrage de référence et de formation. En ce qui concerne la conception des questionnaires spéciaux, il y aura lieu de compléter les principes généraux figurant dans le présent document par des connaissances spécialisées ainsi que par l'évaluation et l'analyse des enquêtes précédentes.

En 1982, dans le cadre du Programme de mise en place de dispositifs nationaux d'enquête sur les ménages, le Bureau de statistique des Nations Unies chargeait Statistique Canada de rédiger le document original servant de base à la publication **Élaboration et conception des questionnaires d'enquête**. L'examen de ce document a révélé que les concepts d'enquête étaient également utiles aux concepteurs d'enquêtes du Canada. Par conséquent, on a révisé l'original pour y incorporer des exemples et des explications convenant davantage au contexte du Canada.

J'aimerais remercier le Bureau de statistique des Nations Unies d'avoir autorisé la rédaction de cette version de l'original. Les auteurs ont reçu l'aide de MM. Mukund Nargundkar et Don Royce dont ils reconnaissent ici la contribution.

Enfin, je voudrais profiter de l'occasion pour rendre hommage à M. Simon Goldberg, ancien coordonnateur du Programme de mise en place de dispositifs nationaux d'enquête sur les ménages, directeur du Bureau de statistique des Nations Unies et statisticien en chef adjoint principal de Statistique Canada, dont la mort prématurée survenue le 24 mai 1985 à New York prive la communauté statistique de l'un de ses plus grands esprits créateurs. La foi de M. Goldberg en la capacité de Statistique Canada de jouer un rôle important dans la conception des questionnaires d'enquête a grandement contribué à la réalisation de ce projet. Nous espérons qu'il aurait approuvé cette modeste contribution à l'art de mener des enquêtes.

Le statisticien en chef du Canada,  
Martin B. Wilk.

## TABLE DES MATIÈRES

	Page
<b>Introduction</b>	
Objectifs et lecteurs visés	7
Portée du document	7
Plan du document	7
Questionnaire et plan du sondage	8
<b>Chapitre</b>	
<b>1. Élaboration du questionnaire</b>	<b>11</b>
Introduction	11
Étapes de l'élaboration du questionnaire	11
Organisation de la conception, de la mise à l'essai et de l'utilisation du questionnaire	13
Consultation des utilisateurs	14
Comment préciser les objectifs du questionnaire	14
Institutionnalisation d'un programme de conception des questionnaires	16
<b>2. Conception du questionnaire</b>	<b>17</b>
Introduction	17
Questionnaire et qualité des données	17
Combinaison de sujets	18
Transposition des concepts en termes opérationnels	19
Le questionnaire et la formule d'enquête	20
Formulation des questions	22
Clarté, précision et choix de mots	23
Biais introduit par l'ordre des réponses	24
Biais dû aux réponses socialement acceptables et polies	25
Questions doubles	26
Explication de termes techniques	26
Hypothèses implicites	26
Questions délicates	27
Énoncé des différentes options	28
Enchaînement des questions	29
Questions filtres et instructions de sauter	30
Observations concernant la traduction	31
Ordre des parties du questionnaire	32
Introduction	33
Données administratives	33
Corps du questionnaire	36
Données classificatoires	36
Questions ouvertes et questions fermées	38
Avantages et inconvénients	39
Types de questions fermées	41
Mise en garde	42
Décision d'utiliser des questions ouvertes ou fermées	44
Échelles d'attitude	44
Échelle de Thurstone: agencement de questions dichotomiques	45
Échelle de Likert: agencement de questions à choix multiples	45
Échelle de Guttman: cas particulier de la question avec réponses à cocher	46
Mesure conjointe: agencement de questions avec classement	46
Différentiateur sémantique: agencement de questions avec échelles d'évaluation	47

Chapitre	Page
<b>3. Production du questionnaire</b>	<b>49</b>
Introduction	49
Présentation	49
Abréviations et ponctuation	49
Disposition des catégories de réponse	49
Espace	50
Disposition des espaces de réponse	50
Espace de travail de l'interviewer	53
Utilisation de symboles typographiques différents	53
Couleur	55
Numérotation des questions	56
Disposition des instructions	56
Questionnaires bilingues	57
Uniformité	57
Codage et saisie des données	57
Impression des codes sur les questionnaires	57
Choix du système de codage	58
Emplacement des listes de codes	59
Codage de la rubrique "Autre (PRÉCISER)"	59
Codage des catégories "pas de réponse" et "donnée non communiquée"	59
Impression	59
Qualité et format du papier	60
Impression recto seulement ou recto-verso	60
Quantité suffisante de questionnaires	60
Administration du questionnaire	60
Aides visuelles et audio-visuelles	62
<b>4. Mise à l'essai et évaluation du questionnaire</b>	<b>65</b>
Introduction	65
Mise à l'essai des questionnaires	65
Examen du projet de questionnaire	65
Examen des résultats de l'enquête par les utilisateurs éventuels	65
Échantillon de répondants	66
Enquête pilote	66
Méthodes d'évaluation	66
Observation	67
Échantillons superposés	67
Réinterviews	68
Analyse des erreurs	69
Avantages de l'évaluation	70
<b>5. Liste récapitulative des étapes de la conception d'un questionnaire</b>	<b>71</b>
<b>Bibliographie</b>	<b>79</b>

## INTRODUCTION

### Objectifs et lecteurs visés

Ce document a pour objet d'examiner et d'illustrer les principes fondamentaux de l'élaboration et de la conception des questionnaires.

Il s'adresse surtout aux concepteurs et aux directeurs d'enquêtes, notamment ceux qui oeuvrent dans les organismes statistiques gouvernementaux.

### Portée du document

Un des aspects les plus importants de la préparation d'une enquête est la transposition d'idées et de notions complexes en questions utiles. Il faut que les variables qu'une enquête doit mesurer soient traduites en notions pratiques et présentées dans une suite logique de questions que l'interviewer puisse poser et que le répondant puisse comprendre et y répondre. La structure et la forme du questionnaire doivent faciliter le travail des interviewers lorsqu'ils posent les questions et inscrivent les réponses, et le travail des codeurs et du personnel de la saisie des données (ou de la mécanographie) à l'étape du traitement.

La demande croissante de renseignements très variés qui soient significatifs et diffusés rapidement, à partir de nombreuses sources, exige une méthode structurée de collecte des données. Un élément important de cette méthode est le questionnaire, qu'on peut définir comme étant une formule qui contient un ensemble de questions visant à recueillir des renseignements sur un sujet auprès d'un répondant.

Dans la définition de questionnaire, on inclut aussi bien les formules administratives que les questionnaires habituels utilisés dans les recensements et les enquêtes.

La conception d'un questionnaire est à la fois une science et un art. C'est une science dans la mesure où l'on peut définir certaines règles concernant la formulation de questions qui permettent d'obtenir d'une manière aussi complète et exacte que possible les renseignements voulus. Mais il s'agit également d'un art pour diverses raisons. Les questionnaires sont basés sur le langage et il est difficile de rendre le langage précis. Les mots peuvent être interprétés de manières différentes dans les diverses parties du monde. Le sens des mots varie aussi selon le groupe socio-économique ou le groupe d'âge. Il peut même être nécessaire

d'utiliser différents mots ou ensembles de mots pour faire rappeler le même événement à différents répondants. Ainsi, l'efficacité d'un questionnaire dépend beaucoup de la capacité de son auteur de se servir du langage pour transmettre à tous les répondants une demande de renseignements de façon aussi uniforme que possible.

Chaque enquête peut présenter de nouvelles difficultés et tendre de nouveaux pièges. Il faut prévoir ces difficultés et en tenir compte dans l'élaboration des questionnaires.

La confection d'un questionnaire n'est pas un simple travail de laboratoire. Elle s'apprend par l'expérience pratique et, dans une bonne mesure, par tâtonnement.

### Plan du document

Ce document présente divers éléments de la conception, de l'élaboration et de l'utilisation de questionnaires.

**L'élaboration du questionnaire.** Ce chapitre donne une vue d'ensemble du processus de mise au point du questionnaire et définit les étapes que ce travail comporte.

**La conception, la production et l'administration du questionnaire.** Ces chapitres portent sur des principes généraux de la confection du questionnaire comme le genre de questions, le libellé des questions, l'enchaînement, la présentation, le précodage, la disposition des instructions sur le questionnaire, ainsi que sur d'autres éléments de la forme et du contenu qui influent sur le degré de difficulté de la collecte et du traitement des données.

**Essai et évaluation.** La mise à l'essai des questionnaires permet d'éliminer les problèmes qui peuvent se poser relativement aux interviews ou au traitement des données, ce qui aide à réduire les erreurs de réponse et à améliorer l'ensemble de la gestion et de l'efficacité de l'enquête.

C'est un travail exigeant et il faut élaborer avec soin des méthodes d'essai. Ce chapitre décrit quelques techniques d'essai dont les réinterviews, les visites sur le terrain du personnel supérieur de l'enquête pour des vérifications au hasard et des observations, les comptes rendus des interviewers, les études expérimentales de plans d'enquête, les échantillons superposés, les comparaisons

avec d'autres données comme, par exemple, les données administratives et les données d'autres enquêtes, et les vérifications de la cohérence des données.

**Liste récapitulative.** Ce chapitre fait, sous la forme d'une liste récapitulative, quelques recommandations au sujet de la conception des questionnaires.

Une bibliographie de sources utiles pour les lecteurs qui veulent poursuivre leurs lectures sur ce sujet et une liste des sources auxquelles on se réfère dans le texte figurent à la fin du document.

### Questionnaire et plan du sondage

Dans la plupart des enquêtes le questionnaire qui peut être composé d'une liste de sujets non définis ou, à l'autre extrême, de questions très structurées ne permettant pas de répondre autrement que par le choix des réponses fournies, est un outil précieux permettant d'uniformiser et de contrôler le processus de collecte des données. Dans l'absence de formulation ou instructions précises, le sens et l'importance des questions seront forcément modifiés, ce qui entraînera une distorsion des réponses.

Le questionnaire joue un rôle central dans un processus complexe (l'interview) au cours

duquel des renseignements sont transmis de ceux qui les possèdent (les répondants) à ceux qui en ont besoin (les utilisateurs). Pour que ce transfert d'information s'opère efficacement, le questionnaire doit répondre aux besoins tant des utilisateurs que des répondants. La transposition des besoins d'information, en un questionnaire qui convienne aux répondants n'est pas une opération qui s'accomplit en un tournemain. Au contraire, la forme du questionnaire évolue et se précise tout au long du processus global d'élaboration de l'enquête.

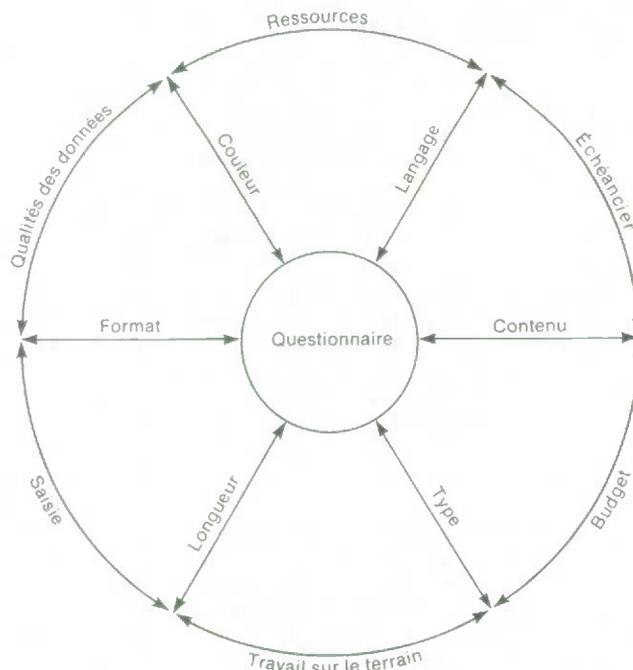
Le processus d'élaboration d'un questionnaire comprend diverses étapes, comme la détermination du contenu, le choix du genre de questions et des mots, l'agencement et la disposition des questions, la mise à l'essai et l'évaluation, etc.

La **figure 1** illustre ces liens. Il serait possible de mettre pratiquement n'importe quelle composante du plan d'enquête au centre de ce réseau mais, pour la présente étude, nous avons choisi le questionnaire comme point central.

Tous les éléments du plan de sondage sont en réalité étroitement liés, et les rapports entre ces composantes forment un réseau complexe qui varie selon les conditions d'enquête et les besoins en données. En effet, des modifications apportées à un aspect du plan de sondage entraînent souvent des changements dans plusieurs

Figure 1

### **Le questionnaire et le plan de l'enquête**



autres éléments. Par exemple, le contenu visé doit souvent être modifié à cause de facteurs tels que le manque de ressources, les contraintes de temps, le degré de fiabilité voulu, le plan d'échantillonnage, le genre de codage et le traitement.

Chaque méthode de collecte, crée des conditions distinctes auxquelles le questionnaire doit être adapté. Le genre de questions, le contenu, la disposition, la longueur, etc., doivent être choisis en conséquence. L'interview sur place est souvent la seule solution qui se présente lorsque le questionnaire est complexe, long et exigeant. Dans les interviews téléphoniques, une bonne partie de l'interaction entre l'interviewer et le répondant est perdue, et la distance entre l'interviewer et le répondant peut en fait favoriser la participation du répondant, dans certaines enquêtes sur des sujets délicats. Dans les enquêtes par la poste, le questionnaire remplace l'interviewer. Le document doit présenter l'enquête, motiver le répondant à collaborer et l'aider à fournir les renseignements voulus.

Il est parfois nécessaire, par ailleurs, d'adapter le questionnaire à différentes méthodes de collecte. Dans l'enquête sur la population active, par exemple, la première interview est effectuée sur place, mais la plupart des interviews subséquentes sont réalisées par téléphone dans les régions urbaines.

À cause du caractère hétérogène de bon nombre de populations échantillonnées dans les enquêtes, il faut souvent faire des classements recoupés de données. Cette exigence influe sur la taille de l'échantillon, le genre et le degré de stratification et la fiabilité de l'information, lesquels déterminent à leur tour le type de questions et le caractère plus ou moins détaillé des renseignements demandés. Les décisions prises à ce niveau ont des répercussions sur le coût et les délais de production des renseignements, sur le fardeau imposé aux répondants, et ainsi de suite.

La présentation particulière du questionnaire a un effet sur le traitement des données et le coût de cette opération. La forme des questions, a une incidence directe sur des opé-

rations telles que le codage, la saisie des données, la vérification et la totalisation. La présence de nombreuses questions ouvertes descriptives rend les opérations de codage plus longues et plus difficiles, et fait que la rédaction et la mise à l'essai des programmes de contrôle et de totalisation des données deviennent plus complexes et plus coûteuses.

Le caractère ponctuel ou permanent de l'enquête influe aussi sur la confection du questionnaire. Dans de nombreuses enquêtes permanentes, par exemple l'enquête sur la population active canadienne, les mêmes répondants sont interviewés à plusieurs reprises. En conséquence, le questionnaire doit tenir compte du fardeau global imposé aux répondants pendant la période où ils sont visés par l'enquête.

Dans le cas d'une enquête permanente, il y a souvent plus de possibilités d'apprendre par expérience et d'améliorer le questionnaire avec le temps. Il est très important de faire des comptes rendus de ses propres expériences d'élaboration de questionnaires, et des problèmes que posent des questions particulières. Les recherches dans le domaine de la formulation des questions, l'application de programmes d'étude des erreurs de réponse ainsi que d'autres techniques d'évaluation et d'amélioration du questionnaire s'avèrent extrêmement instructives pour les applications futures. Toutefois, il faut examiner la possibilité d'améliorer un questionnaire en fonction des inconvénients que ceci comporte. En effet, si l'on décide de modifier un questionnaire existant, il peut devenir impossible de faire des comparaisons dans le temps ou nécessaire de recycler les interviewers et de changer des programmes informatiques très coûteux.

Comme le questionnaire constitue une représentation opérationnelle des besoins des utilisateurs, il est donc lié à l'ensemble du plan de sondage. On doit toutefois souligner que le questionnaire ne détermine pas la forme des autres éléments et que ceux-ci ne déterminent pas la forme du questionnaire. Le processus de conception du questionnaire doit s'inspirer du processus d'élaboration de l'ensemble du plan de sondage et en faire partie intégrante.

## Chapitre 1

### ÉLABORATION DU QUESTIONNAIRE

#### Introduction

L'ère de l'abondance ayant pris fin nos sociétés doivent maintenant se disputer des ressources qui deviennent de plus en plus rares face à une demande soutenue de biens et services. L'utilisation plus efficace de nos ressources limitées passe par une amélioration de la planification. Toutefois, pour mieux planifier, il faut disposer d'une base de renseignements socio-économiques pertinents et de grande qualité, lesquels ne peuvent être obtenus qu'à un coût considérable.

Les enquêtes se révèlent très efficaces pour recueillir des données. L'utilisation accrue des ordinateurs permet de produire vite des résultats d'enquête avec un minimum d'expertise ou de formation. Cependant ces derniers ne sont pas nécessairement exempts d'erreurs. La correction d'erreurs peut exiger une part excessive du temps et du budget affectés à la collecte des données et, par voie de conséquence, retarder la production de renseignements essentiels. On doit donc prendre toutes les mesures possibles pour réduire au minimum les erreurs imputables aux méthodes de collecte des données et aux documents de l'enquête avant de mener un essai sur le terrain. Cela dit il est important de déterminer clairement à qui incombe la responsabilité de la conception du questionnaire, vers le début de la planification de l'enquête.

Les questionnaires peuvent être conçus par une personne ou par une équipe. À notre avis et d'après notre expérience, le travail d'équipe convient bien à la construction efficace d'un questionnaire. Il arrive souvent que la création d'un questionnaire doive être confiée à une seule personne à cause du manque de ressources. Toutefois la tâche et le processus à exécuter demeurent essentiellement les mêmes. Là où il peut y avoir des différences, c'est au niveau de l'efficacité ou de la qualité du produit final. Dans la partie qui suit, on met l'accent sur le travail d'équipe.

Le processus d'élaboration du questionnaire vise à réunir de manière coordonnée et systématique les auteurs du questionnaire et les utilisateurs, afin de préciser le contenu des questions, de prévoir des instructions appropriées pour les interviews, le codage et la

vérification, ainsi que de déterminer les tableaux et les rapports qui doivent être produits une fois que toutes les données ont été purgées des erreurs introduites à la collecte et au traitement.

#### Étapes de l'élaboration du questionnaire

La première tâche que doit accomplir le concepteur du questionnaire est de dresser une liste de toutes les étapes que comporte l'élaboration du questionnaire et d'estimer le genre de ressources nécessaires à chaque étape. Ces tâches doivent être organisées chronologiquement selon un plan d'exécution logique qui s'étend jusqu'à la date de présentation du questionnaire final. Certaines tâches peuvent être exécutées simultanément alors que d'autres doivent se dérouler l'une après l'autre parce que le résultat final d'une tâche détermine le point de départ de la suivante. Par exemple, les questionnaires ne peuvent pas être imprimés avant que le questionnaire ne soit complètement achevé, c'est-à-dire avant que les questions n'aient été rédigées avec l'espace réservé pour les réponses, les codes des réponses, les instructions, etc., et avant qu'on ait décidé de la forme du questionnaire, de l'enchaînement des questions, de la couleur, du mode de présentation, etc. Cela dit, les négociations en vue de trouver un imprimeur, de fixer une date possible pour l'impression et d'obtenir des estimations des coûts peuvent commencer dès que la décision de mener l'enquête est prise.

Le plan global d'élaboration du questionnaire indique donc le temps nécessaire du début à la fin pour accomplir toutes les tâches qui doivent par leur nature être exécutées en un ordre consécutif. Ce plan doit également tenir compte des retards imprévus. S'il est impossible d'obtenir certaines ressources au moment où elles sont essentielles, il faut rectifier les délais en conséquence. Si les délais ne sont pas souples, la qualité ou la portée des résultats peuvent être diminués. Il est donc également important que le responsable du questionnaire distingue dans son plan les étapes essentielles des étapes qui peuvent être omises sans trop altérer la qualité du produit final.

Un résumé général des principales étapes de l'élaboration du questionnaire est présenté ci-après.

1. Des décisionnaires élaborent un nouveau programme ou une nouvelle politique ou modifient un programme en vigueur.
2. Les analystes de programmes et de politiques évaluent les renseignements existants, notent les lacunes qu'il faut combler par des données et proposent une nouvelle enquête.
3. Un directeur d'enquête est nommé, attribue les responsabilités relatives à la conception du questionnaire.
4. Les analystes de programmes et de politiques fournissent une description générale de leurs plans et de leurs idées concernant:
  - l'application prévue des données,
  - les rapports à présenter.
5. Le concepteur du questionnaire aide les analystes à définir les besoins en renseignements en fonction des objectifs, du sujet et de la population visée de l'enquête, compte tenu du délai de production des résultats, etc.
6. Le concepteur du questionnaire fait une étude complète des enquêtes déjà menées ce qui lui permettra de déterminer ce qu'il est effectivement possible de modifier et les changements qu'il faut apporter.
7. Le concepteur du questionnaire établit un calendrier des opérations, détermine ses besoins en ressources, définit le genre et le degré de compétences requises et fait des démarches pour obtenir les ressources nécessaires.
8. Le concepteur du questionnaire mène la consultation auprès des utilisateurs de données pour préciser:
  - les objectifs et leur ordre d'importance,
  - les sujets que l'enquête doit aborder,
  - le niveau minimum de qualité requis,
  - le mode de production des résultats (bandes, rapports, tableaux),
  - la taille de l'échantillon,
  - la nature des répandants et leurs caractéristiques,
  - la langue de l'interview
  - la méthode de travail sur le terrain
  - la méthode de saisie des données.
9. Le concepteur du questionnaire négocie le concours des membres du personnel du traitement des données et des opérations sur le terrain et d'autres spécialistes d'enquêtes pour le design du plan de l'enquête et des méthodes d'interview et de saisie des données, et la rédaction des guides.
10. Le concepteur du questionnaire commence à formuler des questions, les met à l'essai, note les résultats et en rend compte à l'équipe.
11. À mesure que les questions ainsi que leurs codes et les procédés de vérification prennent leur forme finale, le concepteur du questionnaire organise les questions en un ordre logique.
12. Le concepteur du questionnaire négocie une entente pour l'impression et la production des questionnaires et organise leur distribution au personnel sur le terrain.
13. Enfin le projet de questionnaire et la version préliminaire des instructions qui l'accompagnent sont prêts. À ce stade, le questionnaire et les méthodes sont mis à l'essai dans une enquête pilote.
14. L'enquête pilote est effectuée. Le concepteur du questionnaire doit observer la formation du personnel et le travail sur le terrain et noter en particulier ce qui pose des difficultés et les diverses manières dont les interviewers règlent les problèmes.
15. Les données recueillies sont soumises à toutes les opérations de codage, de vérification et de traitement et des rapports sur les résultats de l'essai sont rédigés et présentés.
16. Les dernières modifications sont apportées au questionnaire et aux documents annexes par le concepteur du questionnaire et l'équipe.
17. L'enquête proprement dite a lieu et les résultats sont analysés. Des observations des essais sur le terrain, des problèmes et des solutions sont notées et des rapports sur le questionnaire, les méthodes de travail sur le terrain, la saisie des données, etc., sont rédigés afin que des recommandations puissent être proposées pour les enquêtes ultérieures.

Si l'on reprend cet échéancier à rebours, les principales dates critiques de la conception du questionnaire sont:

- La date du commencement du travail sur le terrain: Le questionnaire et les documents annexes doivent être disponibles en version définitive.
- La date de l'enquête pilote: Un projet de questionnaire et une version préliminaire des manuels d'enquête doivent être prêts. Cet essai simule à tous égards l'enquête réelle et, encore une fois, tous les documents nécessaires doivent être produits à temps.
- La fin de la consultation avec les utilisateurs: L'ordre de priorité pour le contenu du questionnaire doit être complètement établi. Il reste peu d'occasions d'apporter des changements aux délais, au budget et aux objectifs de l'enquête, bien qu'il soit encore possible d'effectuer de petites modifications comme, par exemple, augmenter ou diminuer la taille de l'échantillon sans nuire aux grands objectifs de l'enquête, ou inclure ou exclure des éléments moins essentiels.

#### Organisation de la conception, de la mise à l'essai et de l'utilisation du questionnaire

La confection efficace d'un questionnaire requiert les compétences d'un bon nombre de personnes qui travaillent ensemble pour élaborer, mettre à l'essai et utiliser le questionnaire. Il paraît donc idéal de former une équipe pour exécuter ce travail. L'équipe devrait être composée de spécialistes en sciences sociales ou économiques et en sciences du comportement, en mathématiques et en informatique. Cependant, si les ressources sont rares et que le concepteur du questionnaire doit se charger lui-même de nombreuses étapes de ce processus, il doit pouvoir compter autant que possible sur l'expérience de spécialistes ou d'autres personnes qui auront élaboré des questionnaires dans le passé.

Lorsqu'une équipe est formée, chaque membre devra être chargé d'une fonction particulière. Par exemple, certains membres pourront porter les titres suivants:

**Concepteur du questionnaire.** Il doit mener les consultations avec les utilisateurs pour préciser les renseignements qu'il faut recueillir. Il doit dépouiller la documentation et consulter des collègues de son organisme et d'autres ministères afin d'obtenir leur conseils et leur aide pour la conception du questionnaire. Il doit définir les ressources nécessaires et porter à l'attention de l'équipe et, finalement, des comités de direction ou d'organisation, si ces comités existent, les

problèmes qui se posent. Habituellement, le concepteur du questionnaire est un spécialiste; il doit généralement posséder des connaissances en sciences sociales. Sa principale qualité est sa capacité de comprendre les besoins des utilisateurs et de les traduire en un ensemble cohérent de questions et de normes concernant les rapports de l'enquête.

**Spécialiste du travail sur le terrain.** Le spécialiste du travail sur le terrain fournit d'habitude de l'aide technique pour la sélection et la formation des interviewers, la rédaction des instructions, la surveillance des tâches et la résolution des problèmes qui se présentent sur le terrain. C'est également le spécialiste du travail sur le terrain qui doit connaître les caractéristiques des répondants. Il doit pouvoir fournir des conseils au sujet du choix des répondants et de la manière de formuler les questions pour que les répondants les comprennent de la même façon. Le responsable du travail sur le terrain doit aussi connaître les particularités de la langue parlée dans les régions. En général, son expérience est de nature pratique et a été acquise sur le terrain ou par la mise en oeuvre de programmes.

**Spécialiste du traitement des données.** Le spécialiste du traitement donne normalement des conseils sur le meilleur mode de présentation des questions et des espaces réservés aux réponses afin de faciliter et d'accélérer la saisie des données. Il doit être familiarisé avec les techniques du traitement informatique. Il doit savoir quelles méthodes de codage et de saisie il faut appliquer et comment faciliter la vérification et le codage mécaniques au bureau. Sa principale préoccupation doit être de structurer le questionnaire de manière que les renseignements fournis puissent être saisis facilement par ordinateur, dans le but de constituer un fichier de données qui peut ensuite être traité pour produire des tableaux et des rapports.

Tous ces membres de l'équipe doivent posséder des compétences suffisantes pour favoriser un bon travail de conception et de mise en oeuvre. À l'étape de la conception du questionnaire, ces trois types de spécialistes sont appelés à travailler ensemble. Une fois que le travail sur le terrain est entamé, chaque spécialiste doit s'occuper de son secteur de compétence. Ils doivent également tous être libres pour la durée du projet.

Pendant la conception du questionnaire, des problèmes se présentent comme dans la plupart des entreprises humaines; c'est pourquoi une méthode efficace doit être mise au point pour les résoudre. La plupart des désaccords peuvent être réglés en se reportant à des décisions précédentes ou en soumettant la difficulté à d'autres spécialistes. Au besoin les désaccords peuvent être référés à l'arbitrage des "Comité

de direction ou d'organisation". Ces comités sont composés de spécialistes supérieurs en recherche ou de cadres qui peuvent affecter des ressources au projet et trancher des questions de fond lorsque les utilisateurs et l'équipe chargée de la conception du questionnaire ne peuvent pas s'entendre entre eux. Souvent un comité de direction comprend des représentants des principaux ministères utilisateurs, ce qui favorise la discussion des questions d'importance et la diffusion de résultats.

### Consultation des utilisateurs

Les rapports du concepteur du questionnaire avec les utilisateurs dépendent beaucoup du milieu dans lequel il oeuvre, soit une structure fortement centralisée, soit une structure décentralisée ou une combinaison de ces deux extrêmes. Selon cette structure, il devra procéder à des consultations plus ou moins officielles avec les utilisateurs afin de connaître leurs besoins.

Là où la planification statistique fait partie de la planification centrale, l'organisme statistique central joue un rôle déterminant dans la production de données et délègue normalement un représentant aux comités sectoriels. Les programmes statistiques de l'organisme traduisent alors la priorité attribuée à chaque secteur par les planificateurs centraux.

Quand l'organisme statistique central n'est pas inclus dans la planification centrale mais a pour mandat de coordonner l'élaboration d'un système national de statistiques, l'organisme peut souvent créer des comités interministériels pour consulter les utilisateurs. Un tel organisme établit généralement son propre ordre de priorité en tenant compte des besoins des diverses catégories d'utilisateurs.

Les organismes statistiques qui depuis longtemps mènent des enquêtes permanentes à l'échelle nationale ont établi divers modes de consultation des utilisateurs. Les contacts avec les utilisateurs peuvent ne pas être structurés et avoir lieu seulement au besoin ou ils peuvent être planifiés de façon à comporter des conférences périodiques pour lesquelles un ordre du jour explicite est fixé longtemps à l'avance.

Les consultations officielles exigent beaucoup de temps. Il faut utiliser des ressources pour rédiger des documents de discussion, les présenter à des réunions et produire des comptes rendus. Il peut être nécessaire d'organiser plusieurs séries de réunions; par conséquent, le calendrier pour la conception du questionnaire doit prévoir assez de temps pour ce type de consultation.

Les décisions doivent être consignées par écrit. Les consultations sont plus faciles si l'on établit et applique des règles concernant la façon de consigner les résultats des travaux. Ainsi, ces règles peuvent porter sur la rédaction et la diffusion des documents suivants:

- une "note de service" qui informe les cadres supérieurs des questions examinées dans les ministères utilisateurs, lesquelles peuvent créer un besoin d'informations;
- une "proposition" qui décrit le projet envisagé par les utilisateurs et les concepteurs du projet;
- une "formule d'autorisation en principe" qui, quand elle est signée par la direction supérieure, non seulement constitue la preuve qu'un projet est officiellement approuvé par l'organisme parrain, mais informe aussi les divers services qu'il est possible qu'on leur demande d'affecter des ressources à ce projet par la suite;
- une "liste de contrôle" qui permet de s'assurer que les questionnaires sont examinés par d'autres organismes intéressés (à l'extérieur de l'organisme ou du service statistique) et que leur avis est demandé.

Ces documents aident à stimuler les discussions internes sur le projet et clarifient ce qui est proposé pour faciliter la consultation des utilisateurs et des organismes parrains. En outre, ils constituent un dossier permanent des étapes de la planification pendant la conception du questionnaire.

Bref, le concepteur du questionnaire détermine en collaboration avec les utilisateurs le produit final nécessaire pour répondre au besoin en renseignements exprimé au début. Quand les besoins en renseignements ont été traduits en notions de base, le concepteur du questionnaire applique ses connaissances au sujet de la formulation des questions, de leur enchaînement et de la présentation pour concevoir des questions qui mesurent les notions visées. Les techniques de conception des questions sont décrites au chapitre 2.

### Comment préciser les objectifs du questionnaire

La plupart des ouvrages sur les méthodes d'enquête soulignent que la première tâche que doit accomplir la personne ou l'équipe chargée de la conception du questionnaire est de préciser les objectifs de l'enquête. Toutefois, ces ouvrages ne disent pas grand-chose de la marche à suivre, à part de recommander de contacter les utilisateurs au début et de s'informer de leurs besoins avant de formuler des questions.

Les enquêtes à l'échelle nationale visent à satisfaire une variété de besoins et leurs objectifs sont souvent exprimés en termes généraux, comme par exemple:

- établir une base statistique descriptive pour l'élaboration de politiques et de programmes nationaux;
- décrire sur une base périodique, aux niveaux national et régional, des tendances et des phénomènes sociaux ou économiques;
- définir un cadre général pour des études, des politiques et des programmes plus précis, etc.

Cependant, ces définitions générales des objectifs doivent être ramenées à une forme plus pratique si elles visent à aider la personne ou l'équipe chargée de la conception du questionnaire à formuler les questions, à rédiger des instructions pour les interviewers et à structurer le questionnaire en vue de faciliter la saisie et le traitement.

La transposition de ces objectifs généraux sous une forme pratique qui convient à la création d'un questionnaire est difficile à accomplir. Il est toutefois plus facile d'établir un ordre de priorité pour les éléments du contenu si l'on connaît exactement les délais, le budget et les ressources humaines dont on dispose pour exécuter les opérations de l'enquête.

Dans l'ensemble, le questionnaire subit toutes sortes de transformations au cours du processus général d'élaboration d'une enquête. Par exemple, des utilisateurs qui veulent planifier un programme de logement dans une région urbaine à forte densité de population ont besoin de renseignements sur "la situation du logement". D'habitude, un utilisateur aborde le problème en se posant les questions suivantes:

- Q. Quel est le problème que je tente de résoudre?
- R. Offrir un logement adéquat à toutes les personnes qui en ont besoin.
- Q. Que faut-il savoir pour résoudre ce problème?
- R. Le parc de logements à l'heure actuelle, la demande de logements, la production de logements et l'effet de la production des logements sur d'autres secteurs tels que les transports, les services d'utilité publique (comme l'eau, l'électricité, les systèmes d'égouts, etc.), le système scolaire, les loisirs, etc.
- Q. Comment faut-il utiliser les données, une fois qu'elles sont recueillies, et jusqu'à quel point les renseignements doivent-ils être exacts et récents?

R. Je rédigerai des rapports pour les comités de spécialistes; j'élaborerai un programme d'aide financière pour les acheteurs de logements; je rédigerai un projet de loi visant à créer un organisme qui mettra en oeuvre ce programme.

Lorsqu'il répond à ces questions, l'utilisateur se met à penser de façon quantitative. À ce stade, le choix des termes utilisés dans les questions n'est pas important. L'utilisateur décide ce qu'il faut mesurer et non comment le mesurer. Pendant ce processus de clarification et de précision des besoins en renseignements, le concepteur du questionnaire peut aider les utilisateurs en les renseignant sur les difficultés possibles de mesurer certaines variables. En effet, il se peut que les coutumes et les valeurs de certaines collectivités rendent la collecte de renseignements délicats impossible; qu'à cause de l'obligation de poser beaucoup de questions, le travail sur le terrain devienne trop coûteux; que le besoin de disposer d'autres renseignements soit si urgent que cette demande particulière doive être reportée; et, enfin, que l'information voulue existe déjà et qu'il ne reste qu'à faire des démarches pour l'obtenir.

Une des techniques utiles au concepteur du questionnaire qui désire cerner les besoins en renseignements de l'utilisateur consiste à produire des plans de totalisation et des maquettes de tableaux. Ces maquettes sont des grilles pour des totalisations et comprennent tout ce qu'un tableau contient, c'est-à-dire les titres du tableau, des colonnes et des rangées, mais non les données réelles. La construction de ce genre de tableau révèle souvent si les renseignements qu'on veut recueillir peuvent conduire à des totalisations utilisables. Les plans de toutes les totalisations devraient être prêts le plus tôt possible. Cela permet non seulement de repérer ce qui manque, mais aussi de voir ce qui est superflu.

La maquette du tableau 1 ci-dessous montre que le questionnaire doit permettre de recueillir des renseignements sur le nombre de personnes dans chaque ménage, ainsi que sur le sexe et l'âge de chaque membre en vue du regroupement en fonction de l'âge, mais cette dernière information ne doit pas nécessairement être exprimée en années d'âge. Cette maquette n'indique toutefois pas d'autres variables, telles que l'existence d'un lien de mariage ou de parenté entre les membres des ménages, et on ne sait pas si les pensionnaires sont inclus ou exclus. Il faut examiner une notion dans la perspective des objectifs de l'étude avant de décider si des personnes doivent être incluses ou exclues. Si on prélève des renseignements pour estimer la demande de services d'utilité publique comme l'eau, l'électricité, etc., il est important d'avoir des données sur tous les membres habituels d'un ménage, y compris les domestiques et les pensionnaires permanents.

Si, par contre, le but est de connaître la taille des ménages dont les membres partagent leur richesse économique, on voudra peut-être inclure tous les membres unis par un lien de

parenté, comme les tantes, les oncles et les grands-parents qui vivent ensemble, mais non les pensionnaires qui ne partagent pas tout leur revenu avec les autres membres du ménage.

**TABEAU 1. Nombre de ménages et répartition de la population selon l'âge et le sexe en fonction de la taille du ménage**

Taille du ménage	Nombre total de ménages	Nombre de personnes par groupe d'âge et sexe															
		Moins de 10		10-14		15-19		20-24		25-44		45-64		65 et plus		Total	
		H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F
1 personne																	
2 personnes																	
3 "																	
4 "																	
5 "																	
6 "																	
7 "																	
8 "																	
9 "																	
10 "																	
Plus de 10 personnes																	
<b>Total</b>																	

#### Institutionnalisation d'un programme de conception des questionnaires

L'expérience de la conception des questionnaires peut être institutionnalisée par la création d'un programme de conception des questionnaires et l'affectation de ressources à ce programme sur une base permanente. Bien qu'au début un groupe officiellement constitué puisse assurer seulement la production des questionnaires, un tel groupe peut, avec le temps et l'expérience, accroître son rôle et élaborer des directives, des méthodes et des normes à l'intention des personnes chargées de la confection des questionnaires.

L'institutionnalisation de la conception des questionnaires offre certains avantages dont quelques-uns touchent l'organisme lui-même et d'autres concernent l'extérieur.

- Augmentation de l'efficacité en fonction du coût et de l'efficience de la conception des questionnaires sur le plan interne.
- Amélioration de la qualité de la conception du questionnaire par l'élaboration et l'application de normes systématiques.
- Utilisation plus grande des données à cause de la haute qualité assurée des questionnaires.
- Offre d'aide et de conseils à d'autres pour la conception de questionnaires.
- Création d'un groupe de contrôle des dépenses consacrées à la collecte de renseignements.

## Chapitre 2

### CONCEPTION DU QUESTIONNAIRE

#### Introduction

Une première étape essentielle de la conception du questionnaire est la préparation d'une description claire des objectifs qui précise les renseignements nécessaires et les utilisations prévues. Le processus de définition des objectifs peut nécessiter plusieurs séances de discussion mais, à un certain point, l'accord sera assez général pour que le travail de construction d'un questionnaire puisse commencer.

La rédaction d'un projet de questionnaire et, en particulier, l'étude des genres de renseignements qui seront probablement recueillis, peuvent entraîner une redéfinition des objectifs. Quoi qu'il en soit, le concepteur du questionnaire ou l'équipe de projet doit avoir assez de latitude pour décider des questions à poser et de la manière de les poser.

Ce chapitre porte sur des aspects généraux de la conception des questionnaires, notamment la qualité des données, le groupement et l'enchaînement des questions selon la priorité des sujets à aborder dans une enquête particulière, les parties d'un questionnaire et les caractéristiques d'un questionnaire bien construit, les genres de questions et les avantages et les inconvénients de chacun, les problèmes de formulation des questions, l'importance d'éviter les questions "doubles" (les questions qui en réalité recèlent deux questions), les limites des questions hypothétiques, et les façons d'aborder des questions délicates ou indiscrètes.

#### Questionnaire et qualité des données

Il est impossible d'établir des règles générales, en matière de fiabilité et de qualité des données, qui soient valables pour toutes les enquêtes. Dans chaque cas, il faut examiner les objectifs visés, les utilisations prévues des résultats et l'incidence que pourront avoir des erreurs de différentes grandeurs et de différents types sur les décisions prises en fonction des résultats. Or, l'expérience démontre que dans certains types d'enquêtes, le fardeau de réponse est plus grand et les erreurs de toutes sortes sont plus fréquentes que dans d'autres. L'importance de ces erreurs influe énormément sur la qualité des données produites par l'enquête. Le contrôle des erreurs non dues à l'échantillonnage, ou d'observation,

est un élément intrinsèque et crucial du processus de conception; des programmes spéciaux doivent être établis pour la détection, la mesure et la prévention de ces erreurs.

Dans la présente section, on traite du lien entre le questionnaire et quelques-unes des plus importantes sources d'erreurs d'observation, et on montre comment le questionnaire peut aider à réduire ces dernières.

Un grand nombre de facteurs motivent les gens à participer à une enquête, soit parce que le sujet les intéresse, parce qu'ils veulent se rendre utiles, parce qu'ils croient à l'utilité de l'enquête, parce qu'ils sentent un devoir de répondre, parce qu'ils se croient importants ou même parce qu'ils croient ne pas avoir d'autre choix que de collaborer. D'autres facteurs, par contre, incitent les gens à refuser, par exemple la difficulté de comprendre les questions, la crainte des étrangers, la sensation de perdre son temps, la difficulté de se souvenir de certains éléments d'information, et les questions embarrassantes ou personnelles. Tous ces facteurs ont un effet sur la composition du questionnaire et influent sur la formulation des questions, la longueur du questionnaire, et la manière dont les sujets de l'enquête sont abordés.

Pour réduire les difficultés qui peuvent empêcher un enquêté de répondre, il faut disposer d'un questionnaire bien conçu. Des questions qui manquent de réalisme parce qu'elles exigent des répondants des connaissances poussées ou des efforts de mémoire excessifs, l'utilisation de termes très compliqués ou très techniques ou des questions qui éprouvent la patience des répondants sont toutes des causes de non-réponse dont l'origine se trouve dans le questionnaire.

Des erreurs de réponse peuvent se produire à tout moment au cours du processus interrogation-réponse-transcription, de manière systématique (biais de réponse) ou aléatoire (variance de réponse). Les questions portant sur des sujets délicats, comme les niveaux et les sources de revenu, l'usage de l'alcool et du tabac, les activités illégales et les maladies mentales, sont l'objet d'importantes erreurs de réponse. On a souvent l'impression, par exemple, que le répondant fausse sa réponse pour ne pas se compromettre ou pour se conformer à des normes sociales (Warwick et Linger (1975)).

Les questions qui obligent le répondant à se rappeler des événements, par exemple un voyage ou la perpétration d'un crime, donnent également lieu à des erreurs de réponse. Il se peut que des événements soient oubliés, ou encore qu'on rapporte des événements qui ont eu lieu avant la période de référence. Bushery (1981), dans une expérience menée dans le cadre de la U.S. National Crime Survey, a découvert que les nombres mensuels de victimes d'actes criminels signalés pour une période de référence de trois mois étaient beaucoup plus élevés que ceux signalés pour une période de référence de six mois, et que ces derniers étaient eux-mêmes de beaucoup supérieurs à ceux signalés pour une période de référence de 12 mois. Le biais attribuable aux oublis à mesure que s'allongeaient les périodes de référence est une source d'erreur importante. Le choix d'une période de référence convenable dans le cas des questions qui se rapportent à des événements passés a fait l'objet d'analyses dans plusieurs domaines d'enquête différents (Sudman (1980), National Center for Health Statistics (1973)). La technique du rappel ordonné (voir aussi chapitre 2, "Hypothèses implicites"), dans laquelle les répondants sont interviewés au début et à la fin de la période de référence, ainsi que l'utilisation de dates importantes (par ex., Noël) ou de repères chronologiques, se sont révélées utiles pour rafraîchir la mémoire des répondants et ainsi réduire les oublis (Neter et Waksberg (1965), Ashraf (1975)).

On pourrait donner beaucoup d'autres exemples d'erreurs de réponse. Essentiellement, ces erreurs sont imputables au genre de questions posées, à la façon dont l'interviewer les pose, à la manière dont le répondant les interprète et y répond et à la façon dont l'interviewer interprète et inscrit les réponses. L'interview est un processus de communication dynamique entre l'interviewer et le répondant. La façon dont elle est menée détermine si oui ou non elle produira l'information désirée, avec exactitude et efficacité. Et dans le cadre de cette interview, c'est au questionnaire, par son contenu, par le libellé des questions, par les directives et par sa présentation, que doit revenir le rôle de contrôler la situation.

Une fois l'interview terminée, le questionnaire devient surtout un document à dépouiller. Des erreurs peuvent survenir à toutes les étapes du traitement, notamment au codage, à la saisie des données, au contrôle, à l'imputation, à l'estimation et à la totalisation. La façon dont le questionnaire a été conçu aura un effet sensible sur le nombre et le genre d'erreurs qui surviendront à ce stade de l'enquête. L'inscription des codes des réponses sur le questionnaire, par exemple, permet de réduire considérablement les erreurs introduites pendant la saisie des données. Les données sont saisies directement à partir du questionnaire sans qu'il faille d'abord les transcrire sur une autre formule.

Les erreurs de contrôle et d'imputation sont aussi étroitement reliées à la conception du questionnaire. Certains problèmes relatifs aux données manquantes ou incohérentes peuvent souvent être attribués à des lacunes dans la conception du questionnaire. La capacité de reconstruire ou d'imputer des valeurs manquantes tient souvent aux autres variables incluses dans le questionnaire et aux mécanismes prévus pour éviter ce genre de difficulté. Par exemple, dans une enquête où on demande des renseignements sur plusieurs composantes détaillées du revenu, un bon nombre de cas où certaines données ne sont pas fournies ou sont erronées peuvent être récupérés si le questionnaire contient une question sur le revenu total.

Bref, les erreurs de réponse et les erreurs de traitement sont quelques-unes des erreurs d'observation qui dépendent en grande partie du questionnaire.

Le questionnaire doit être conçu de manière à éliminer ces erreurs autant que possible. La mise à l'essai de diverses composantes du questionnaire à l'étape de la conception peut aider considérablement à réduire au minimum et à contrôler les erreurs d'observation. On trouvera dans les chapitres subséquents une description détaillée des diverses méthodes de mettre à l'essai avant d'en arriver à une version définitive du questionnaire.

### Combinaison de sujets

Dans un programme permanent de statistiques des données peuvent être recueillies sur un grand nombre de sujets comme l'emploi, le revenu, les dépenses, l'éducation, la santé, la production agricole, le logement, l'énergie. À part des questions relatives aux besoins des utilisateurs, aux exigences établies par les lois, à la nature des renseignements et au calendrier de production, la question de la compatibilité des différents sujets est un autre aspect important du travail de conception. Il se peut que certains sujets qui doivent être abordés dans une enquête soient incompatibles avec d'autres et impriment un biais dans les réponses ou portent le répondant à ne pas répondre. Par exemple, des questions détaillées sur les dépenses suivies de questions sur le revenu peuvent entraîner des déclarations biaisées au sujet du revenu pour éviter de révéler des cas d'évasion fiscale. Lorsque la comparaison des données révèle que le revenu est plus faible que les dépenses, les répondants peuvent répliquer qu'ils ont surestimé les dépenses et les réduire arbitrairement, ce qui introduit un biais.

Bien qu'en général on tente de diviser les sujets en unités distinctes sans chevauchement, chacune faisant l'objet d'une enquête particulière, un certain degré de chevauchement ou de répétition peut présenter quelques avantages. Ainsi, certaines données démographiques sont

normalement recueillies, pour les besoins d'appariement et d'analyse, dans n'importe quelle enquête-ménage. Dans un programme d'enquêtes permanentes, il devient d'autant plus important de définir une série fondamentale de questions démographiques qui seront identiques dans chaque enquête. Il devient alors possible d'établir des comparaisons d'une enquête à l'autre et d'effectuer des analyses comparatives de divers sujets. Il peut aussi être utile d'envisager une répétition limitée de questions à caractère non démographique afin de vérifier la fiabilité des données obtenues sur un sujet donné. Par exemple, dans les enquêtes sur la santé ou l'éducation, on peut demander des renseignements sur l'emploi autres que seulement la profession, dans le but d'examiner la qualité des données d'une enquête sur l'emploi.

Dans certains cas, les concepteurs de questionnaires peuvent participer aux décisions concernant la sélection des aspects à aborder dans le cadre d'un sujet particulier; dans d'autres cas, par contre, les éléments généraux ainsi que le sujet global sont donnés. S'il faut choisir des aspects, on doit les définir et établir un enchaînement et un ordre de priorité. Par exemple, dans une enquête sur la santé, les sujets abordés pourraient comprendre les problèmes de santé physique et mentale des membres du ménage au cours d'une période précise dans le passé, la nature et la gravité de ces problèmes, les causes, la durée, les soins recherchés et reçus, les effets sur la santé, le travail, etc., des autres, les habitudes générales d'hygiène (ou de prévention de maladies) du ménage, l'utilisation des services de santé (hôpitaux, médecins, infirmières) et ainsi de suite.

D'habitude, c'est le concepteur du questionnaire, en collaboration avec les utilisateurs, qui juge de l'ordre de priorité à établir pour les aspects du sujet de l'enquête et détermine les sous-catégories et le degré de détail nécessaire.

La décomposition du sujet général du questionnaire en une série de sous-catégories présente d'autres avantages. En effet,

- il est plus facile d'élaborer une section ou quelques sections à la fois que de tout faire ensemble;
- il peut être pratique de mettre à l'essai une section ou quelques sections à la fois, au lieu d'attendre que toutes les sections ou sous-catégories du sujet du questionnaire soient prêtes avant de mener une épreuve;
- si l'on dispose des ressources nécessaires, il est possible de faire composer les diverses sections séparément par différents

concepteurs ou équipes de conception qui travaillent en même temps, ce qui accélère le processus d'élaboration du questionnaire;

- il est plus facile de prendre des décisions sur l'enchaînement des parties du questionnaire puisqu'on peut voir plus clairement l'effet d'organiser les sections selon des ordres différents quand chaque section est considérée comme distincte, du moins à ce stade du travail d'élaboration.

#### Transposition des concepts en termes opérationnels

Pendant les discussions concernant les aspects du sujet de l'enquête, un certain nombre de concepts sont définis. Ces concepts doivent par la suite être transposés sous forme de questions dans un questionnaire. Il est important de définir les termes et de les employer de manière uniforme dans le questionnaire, les guides des interviewers et les instructions données aux répondants. Il est également important de se fonder sur les mêmes définitions à la rédaction de rapports basés sur les données. Cela assure que le sens précis qu'on vise est transmis à chaque fois, autant que possible.

Si des renseignements d'une enquête menée dans une période et ceux obtenus au cours d'une période subséquente sont comparés, les concepts à partir desquels le questionnaire a été conçu doivent être comparables d'une période à l'autre et les mots qui décrivent ces concepts doivent être choisis soigneusement. En réalité, il est possible qu'il faille prévoir un certain nombre de questions pour transmettre le bon message. Si des termes qui ont un certain degré de précision technique comme, par exemple, "ménage", "revenu", "problème de santé", "production", ne sont pas définis ou s'ils sont définis et qu'on ne les utilise pas dans le même sens à chaque fois, les interviewers et les répondants peuvent interpréter ces notions de diverses façons. À cause du mélange de sens, les totaux ou les moyennes calculées à partir des données risquent d'être dénués de sens. Ainsi, par exemple, le "chômage" est une notion importante. Pour certaines personnes, le chômage signifie travailler à un rendement réduit, alors que pour d'autres, c'est le fait de ne pas travailler lorsqu'il y a possibilité de travailler, c'est-à-dire le refus d'un emploi. Le chômage peut aussi signifier qu'une personne n'a pas l'emploi pour lequel elle a été formée. Dans l'enquête sur la population active du Canada, le chômage ne correspond à aucune de ces définitions. Pour les statisticiens de cette enquête les chômeurs représentent les personnes parmi la population civile (non militaire) hors institution âgée de 15 ans et plus qui, au cours de la période de référence (une semaine particulière tous les mois):

- étaient sans emploi, avaient activement cherché du travail au cours des quatre dernières semaines (y compris la semaine de référence) et étaient prêtes à travailler. Les personnes considérées comme "prêtes à travailler" sont celles (y compris les étudiants à temps plein qui cherchaient du travail à temps partiel) qui ont déclaré qu'il n'y avait aucune raison pour laquelle elles ne pouvaient prendre un emploi pendant la semaine de référence ou qui ne pouvaient en accepter un en raison "d'une maladie ou invalidité du répondant", "d'obligations personnelles ou familiales" ou parce qu'elles avaient déjà un emploi);
- (jusqu'à 1984) n'avaient pas activement cherché de travail au cours des quatre dernières semaines, mais avaient été mises à pied (et s'attendaient à réintégrer l'emploi qu'elles avaient) pour 26 semaines ou moins et étaient prêtes à travailler (en 1984, ces personnes ont été classées dans les "inactifs"); ou
- n'avaient pas activement cherché de travail au cours des quatre dernières semaines, mais devaient commencer un nouvel emploi dans quatre semaines ou moins à compter de la semaine de référence et étaient prêtes à travailler.

La "population des institutions", qui est exclue de cette définition, comprend les personnes qui vivent dans les établissements pénitentiaires, les établissements pour malades mentaux, les établissements pour les invalides et d'autres établissements semblables. Il faut poser jusqu'à neuf questions pour s'assurer que les répondants saisissent bien et uniquement le sens qu'on veut communiquer.

En règle générale, il est préférable d'utiliser des mots qui sont connus et qui continueront d'être connus par la plupart des répondants, même si cela suppose l'emploi d'un mot ou d'une tournure grammaticale fautive selon le dictionnaire. Le questionnaire d'enquête n'est pas un instrument qui vise à améliorer le vocabulaire de la population. On doit poser les questions de manière que la majorité des répondants puisse comprendre le message que l'on veut transmettre.

Dans un programme d'enquête permanente, la formulation des questions utilisées dans le passé devrait toujours servir de point de départ. Seuls les changements jugés nécessaires devraient être apportés. Souvent, des études spéciales de l'utilité des concepts et de la formulation des questions aident les concepteurs de questionnaires à décider s'il faut effectuer des changements. Comme les concepteurs de questionnaires s'intéressent à la production de données pour l'analyse des tendances, ils doivent adopter une attitude générale de prudence à l'égard de l'application de concepts nouveaux. En principe, les concepts devraient évoluer en fonction des changements qui surviennent et non l'inverse.

En plus du choix de mots, le degré de détail voulu doit être examiné au moment où les concepts sont traduits en mots et en phrases utilisables dans les questionnaires. Par exemple, si l'on veut recueillir des données sur le revenu, suffit-il de demander le chiffre global du revenu de toutes les sources avant (ou après) déduction de l'impôt au cours d'une certaine période? Ou faut-il demander une ventilation détaillée du revenu provenant des sources suivantes:

- les traitements et salaires de chaque emploi pendant la période de référence;
- la vente de biens ou de services produits par le ménage;
- les prestations ou allocations versées par l'état (et peut-être par plusieurs organismes publics);
- les prestations ou allocations en espèces versées par des sociétés ou des organismes privés;
- les cadeaux offerts par des particuliers;
- les pensions;
- les placements, les emprunts, les comptes en banque;
- les paiements en nature (c'est-à-dire sous la forme de biens ou de services) estimés selon la valeur sur le marché des biens ou services reçus ou du prix qu'il aurait fallu payer pour les acheter;
- les prestations ou les allocations en nature versées par des sociétés ou des organismes (comme, par exemple, du matériel, des maisons et autres biens utilisés gratuitement ou à un prix inférieur au prix sur le marché).

On peut décrire un exemple semblable dans le cas des enquêtes sur les dépenses des familles. Faut-il, par exemple, poser des questions au sujet des dépenses consacrées à l'habillement en général ou faut-il présenter une liste détaillée des divers vêtements et demander les dépenses pour chaque article? Au moment d'élaborer des questions qui permettront d'obtenir des renseignements au sujet des concepts retenus, il faut évidemment prendre en compte des facteurs tels que l'objet de la collecte des données, l'importance probable des erreurs (comme, par exemple, celles causées par des omissions de déclaration du "revenu global" ou des "dépenses totales consacrées à l'habillement") et le fardeau que les questions détaillées imposent au répondant, lequel doit prendre le temps de répondre et se rappeler l'information recherchée.

#### Le questionnaire et la formule d'enquête

Une fois qu'un plan général de la structure du questionnaire a été établi, il faut alors songer aux questions précises qui seront posées. À ce stade, il est possible de décider si les mots de chaque question seront imposés aux interviewers.

En général, il est préférable d'offrir aux interviewers et aux répondants une formulation aussi exacte que possible de toutes les questions. Ainsi, le concepteur du questionnaire peut être certain que chaque répondant reçoit le même message. Si la formulation des questions varie d'un interviewer à l'autre, les différences entre les réponses fournies pourront être dues principalement aux divers choix de mots des interviewers. Il existe, bien entendu, beaucoup d'autres facteurs incontrôlables dans une interview qui peuvent causer des variations dans les réponses.

Parfois, les conditions dans lesquelles la collecte de données se déroule ne permettent pas d'imposer aux interviewers une formulation exacte et identique de chaque question. Un choix de mots fixe pourrait même nuire à la qualité des réponses.

Il est possible qu'il ne soit pas pratique de chercher et d'embaucher des interviewers pour ensuite les former en vue d'utiliser une formulation fixe. En outre, il est possible que les interviewers ne se sentent pas à l'aise quand ils lisent un texte rédigé par d'autres, qui ne correspond pas à leur débit et qui ne permet pas d'introduire les pauses et l'intonation qui leur sont propres. Ailleurs dans la présente étude on souligne l'importance des notes d'introduction qui expliquent aux répondants les objectifs de l'enquête et le rôle qu'on leur demande de jouer. C'est peut-être surtout à ce moment qu'il est important que l'interviewer soit à l'aise et parle sur un ton naturel. Suivant les caractéristiques des interviewers et des répondants et du sujet de l'enquête, il se peut que la meilleure méthode soit de fournir aux interviewers seulement un résumé des points importants qu'il faut commu



Statistique Canada Statistics Canada

Division des industries manufacturières et primaires  
RECENSEMENT ANNUEL DES MANUFACTURES, 1984

Dans toute correspondance se rapportant à ce questionnaire, prière d'indiquer les 7 chiffres ci-dessous.

**INDUSTRIE DES CORSETS  
ET SOUTIENS-GORGE**

If you prefer receiving this questionnaire in English, please check box and return to Manufacturing and Primary Industries Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6

Emplacement de cet établissement (rectifier s'il y a lieu)

**CERTAINES SORTIES DE L'ACTIVITÉ MANUFACTURIÈRE**

8. Livraisons de produits de propre fabrication (voir l'article 8 du Guide de déclaration).

MODE D'ÉVALUATION DES LIVRAISONS		Indicatif des marchandises à l'usage de Statistique Canada	Unité de mesure	Quantité livrée	Valeur nette des livraisons, sauf la taxe de vente, les droits et taxes d'accise, les frais de livraison par des transporteurs à forfait ou publics, les escomptes et remises, etc. \$ canadiens (omettre les cents)
	Oui Non 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>				
8.0.2	Déclarez-vous les livraisons telles que demandées?				
8.0.3	Les valeurs déclarées le sont-elles au prix final de vente?				
Si la réponse est "non", veuillez préciser le mode d'évaluation:					
8.0.4	..... <input type="checkbox"/>				
8.1	<b>Produits livrés</b>				
8.1.1	Gaines, tous genres (sauf les gaines-culottes) .....	788 71	douzaine		
8.1.2	Gaines-culottes, tous genres .....	788 72	"		
8.1.3	Corsets .....	788 73	"		
8.1.13	Tous autres articles (préciser les produits principaux) .....				
	.....				
	.....				
	.....				
	.....				
8.2	<b>Valeur totale des livraisons de produits de propre fabrication (totale de 8.1)</b> .....				

niquer aux répondants en guise de présentation (y compris les éléments à caractère juridique) et de permettre aux interviewers d'utiliser leurs propres mots quand ils se présentent chez les répondants et expliquent l'enquête.

Les coutumes et la culture locale peuvent aussi engendrer de la méfiance à l'égard des étrangers ou même vis-à-vis d'une personne de la région quand les répondants apprennent qu'elle travaille pour le gouvernement. Dans ce cas, l'ensemble de l'interview pourra être mieux réussi si l'on donne aux interviewers assez de latitude pour improviser le libellé des questions. Par ailleurs il faut compter sur la capacité des interviewers à établir de bons rapports avec les répondants, par exemple, au moyen d'une conversation qui, tout en se déroulant spontanément, avance progressivement vers les questions clés. Aucun questionnaire ne pourrait préciser les mots exacts qu'un interviewer doit utiliser pour toutes les questions et les explications requises pour enfin obtenir une bonne réponse aux questions clés, puisque chaque interview est unique du point de vue des mots qui la composent.

Dans les conditions d'interview décrites dans les paragraphes précédents, il peut être préférable de donner aux interviewers une formule d'enquête au lieu d'un questionnaire détaillé. Par formule d'enquête, on entend une liste qui ne fournit pas les mots exacts qu'il faut utiliser dans une question, mais qui présente plutôt une description sommaire des renseignements à recueillir. Les descriptions sommaires de renseignements peuvent souvent correspondre à des titres de colonnes dans un tableau. Ainsi, on pourrait trouver "niveau d'instruction" au lieu de "Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez terminé?" On pourrait trouver "nombre d'enfants mis au monde" au lieu de "En tout, combien d'enfants avez-vous mis au monde?".

L'utilisation d'une formule d'enquête peut donner des résultats satisfaisants quand on dispose d'interviewers bien formés qui ont appris comment poser les questions d'une façon uniforme ou comparable à partir de la formule et ont souvent utilisé un questionnaire soit dans une enquête permanente, soit dans un certain nombre d'enquêtes où figuraient des questions identiques ou semblables. Le questionnaire d'enquête est fondé sur la reproduction fidèle des questions telles quelles, alors que la formule d'enquête repose sur la compréhension chez les interviewers/répondants des notions que chaque question doit contenir, de sorte que le choix de mots doit réduire au minimum le biais qui peut résulter de différences entre les expressions utilisées par les interviewers.

La formule d'enquête est moins longue qu'un questionnaire et est utile lorsqu'il existe des restrictions quant à la quantité de papier

disponible ou à l'impression ou lorsque les interviewers ou les superviseurs du travail sur le terrain doivent transporter et manipuler des questionnaires sur de longues distances dans des conditions de transport difficiles.

Dans la plupart des enquêtes qui s'adressent aux entreprises et qui sont effectuées sans l'aide d'interviewers, on utilise de préférence la formule; les en-têtes de colonnes comme "ventes", "production", "masse salariale", etc., correspondant de près aux pratiques courantes de tenue de livres.

### Formulation des questions

Tel qu'il a été mentionné plus haut, la formulation des questions des formules d'enquête se limite généralement à une description sommaire des renseignements requis. Ainsi, les formules d'enquête contiennent habituellement des éléments comme "âge", "degré d'instruction", "profession", "nombre d'acres" et ainsi de suite. Si les interviewers sont bien renseignés, au cours de leur formation et dans les guides, au sujet de toutes les interprétations et les nuances qui peuvent s'appliquer, il n'est pas essentiel alors qu'ils s'en tiennent au libellé exact des questions.

Dans les cas où la formulation exacte des questions est imposée, il faut tenir compte de certains aspects du choix de mots. La clarté et la précision des mots utilisés, le biais que peuvent entraîner soit certains mots ou certaines phrases, soit l'ordre des mots ou le niveau de connaissances techniques ou autres que le répondant est supposé posséder doivent tous être pris en compte. Il est beaucoup trop facile de penser que l'on puisse composer un projet de questionnaire parfaitement bien rédigé sans sortir de son bureau. En réalité, il est très difficile d'imaginer toutes les interprétations et les réponses possibles, ou les diverses circonstances ou conditions qui peuvent modifier le sens des questions.

Un concepteur de questionnaires doit confectionner ceux-ci seulement après une période de collecte de données expérimentales. Cela signifie qu'il doit aller sur le terrain et mener ou observer des interviews. Il est important que le responsable du questionnaire se familiarise avec les formes de langage parlé, le vocabulaire et les modes de penser de la population répondante.

Le concepteur de questionnaire doit également connaître les caractéristiques des interviewers pour qui il élabore des questionnaires. Il doit connaître leurs méthodes de travail, les expédients qu'ils peuvent utiliser, leur mode de paiement (par heure, par jour ou par interview) et son effet possible sur leur travail.

Une méthode qui peut être utilisée pour l'élaboration de questions, si l'on dispose des ressources nécessaires, consiste à appeler des membres du personnel ou des interviewers professionnels pour leur demander de formuler leurs propres questions après une discussion des objectifs de l'enquête. Ensuite, on peut choisir entre cinq et huit excellents interviewers et leur demander d'aller sur le terrain mener des interviews. Le jour suivant, une discussion avec les interviewers fera ressortir les éléments pour lesquels les répondants ont fourni une réponse incomplète ou éloignée de celle voulue pour atteindre les objectifs établis. Le concepteur de questionnaires peut répéter ce processus plusieurs fois, les interviewers étant munis à chaque occasion successive de versions de plus en plus complètes des questions. À chaque essai, le nombre de modifications à envisager diminuera et finalement il y aura accord sur la manière de poser les questions. Une fois cette étape terminée, le concepteur de questionnaires aura probablement obtenu assez de réponses pour commencer à les examiner en fonction des schémas de totalisation. Il faudra encore mettre à l'essai les questionnaires qui comprennent des questions mises au point de cette façon afin, par exemple, de voir si l'ensemble des interviewers peuvent bien mener l'interview.

#### Clarté, précision et choix de mots

Le langage d'une question doit être simple. Les mots utilisés doivent être connus des répondants ainsi qu'appropriés pour le sujet de l'enquête. Le style vigoureux des journalistes peut servir de modèle. Il est important de choisir avec soin des mots précis et d'éviter les expressions vagues ou ambiguës. Il peut falloir faire des compromis entre l'exactitude des questions et leur longueur.

Prenons la question "Quel est votre revenu?" Le mot "votre" correspond-il au répondant, à sa famille ou à son ménage? Quelle est la période de référence: la semaine précédente, le mois précédent, les douze mois avant l'interview? Que faut-il compter dans le "revenu": les traitements et salaires, les pourboires, la rémunération de travail à la pièce et le revenu d'autres sources, le revenu en nature? Comment faut-il évaluer le revenu non monétaire? Dans le cas des agriculteurs, est-ce que le revenu englobe les recettes totales d'une ferme ou seulement le "bénéfice" qui reste après déduction de toutes les dépenses d'exploitation?

Le terme "ménage" peut se prêter à un grand nombre d'interprétations selon la culture, l'organisation sociale, la situation du logement et ainsi de suite.

Belson (1981) présente des exemples de malentendus très fréquents, ou même de totale incompréhension, pour des mots ordinaires tels

que "d'habitude", "avoir", "jour de semaine", "enfants", "généralement", "régulièrement" et ainsi de suite.

Dans une enquête menée aux États-Unis, on montrait aux répondants une bouteille de jus d'orange et on leur demandait:

"Combien de jus d'orange, à votre avis, contient cette bouteille?"

Les réponses suivantes, fournies par un certain nombre de répondants, montrent dans quelle mesure ce genre de question imprécise peut susciter des réactions variées.

Une orange et un peu d'eau et de sucre  
25% d'orange et 75% d'eau gazéifiée  
Jus d'une demi-douzaine d'oranges  
3 onces de jus d'orange  
Pleinement concentré  
Un quart de tasse de jus d'orange  
Pas du tout  
Pas beaucoup  
Une petite quantité de jus d'orange  
Un quart de jus d'orange  
Je ne suis pas certain  
Je ne sais pas  
Pas énormément  
De 3 à 4 onces de jus d'orange  
Une chopine  
En majeure partie  
Un peu d'eau mélangée à du jus d'orange  
Environ un verre et demi

On aurait obtenu de meilleurs résultats en posant l'une ou l'autre des questions suivantes:

"Cette bouteille contient 16 onces d'une boisson. Combien de ces onces, d'après vous, sont du jus d'orange?"

"Quel pourcentage de cette boisson, d'après vous, est du jus d'orange?"

"D'après vous, quelle proportion de cette boisson - un quart, la moitié, trois quarts, ou autre - est du jus d'orange?"

Il est souvent utile de présenter des exemples pour clarifier une notion. Dans un tel cas, il est préférable d'offrir plus d'un exemple et de les décrire dans les termes les plus neutres possible. Autrement, les répondants peuvent éprouver de la difficulté à comprendre la notion fondamentale; ils peuvent être induits en erreur en pensant à un exemple particulier au lieu de voir le principe général qu'il représente.

S'il faut utiliser des termes techniques ou juridiques, on doit prévoir des définitions ou des explications complémentaires. Sinon, il est possible que les répondants ne soient pas certains qu'ils connaissent une notion ou en

ont eu une expérience pertinente. Ils risquent de donner une réponse approximative ou d'exagérer leurs connaissances ou leurs expériences.

### Biais introduit par l'ordre des réponses

Quand les répondants ont à choisir parmi plusieurs réponses possibles présentées sans ordre logique, la structure générale des réponses peut tenir à l'ordre dans lequel les choix sont présentés plutôt qu'à l'importance de chaque élément du point de vue des répondants. Bien que ce genre de biais soit surtout visible dans les questions d'opinion, il se note aussi dans les questions qui soi-disant portent sur des faits. Les listes d'activités ou les listes d'articles achetés, possédés ou utilisés à partir desquelles les répondants doivent choisir les éléments qui se rapportent à eux peuvent toutes receler un biais.

Dans un exemple fourni par Payne (1951), plusieurs options (A, B, C et D) ont été présentées, dans des ordres différents, à des échantillons appariés de répondants. Chacune des options a été sélectionnée plus souvent lorsqu'elle était placée en tête ou en fin de liste que lorsqu'elle se trouvait au milieu.

L'option A a été choisie par:

- 27% des répondants lorsqu'elle figurait en tête de liste;
- 17% des répondants lorsqu'elle figurait au milieu de la liste; et
- 23% des répondants lorsqu'elle figurait en fin de liste.

L'option B a été choisie par:

- 11% des répondants lorsqu'elle figurait en tête de liste;
- 7% des répondants lorsqu'elle figurait au milieu de la liste;
- 7% des répondants lorsqu'elle figurait en fin de liste.

On observe une répartition très voisine dans le cas des options C et D.

Ce genre de situation se produit très fréquemment. Lorsqu'une série d'options sont lues, certains répondants trouvent plus facile de retenir la première, tandis que d'autres ont tendance à se souvenir de la dernière. Dans un cas comme dans l'autre, les options du milieu ont tendance à être délaissées. Dans un ensemble ordonné comme, par exemple, une série de valeurs numériques, les répondants prennent souvent les valeurs situées au milieu de la liste (voir Chevy, p. 136).

Pour contourner ce problème, on peut notamment présenter les choix de réponses selon toutes les combinaisons possibles à autant de

groupes de répondants sélectionnés au hasard. On élimine ainsi certains des biais introduits par l'ordre des réponses. Cette solution peut toutefois poser des problèmes d'ordre pratique. Ainsi, il faudra plus d'une version du même questionnaire, ce qui compliquera le contrôle sur le terrain. Chaque version du questionnaire doit aussi être bien identifiée pour éviter la confusion à l'étape de la saisie des données. Par ailleurs, le nombre de versions peut augmenter rapidement: avec trois réponses, il y a six combinaisons possibles, avec quatre, 24 et ainsi de suite. On peut cependant en arriver à un plus petit nombre en faisant quelques compromis et en déterminant avec soin l'ordre des réponses. Dans l'exemple qui suit, on voit quelle forme peut prendre une question à plusieurs voies et combinaisons.

À votre avis, laquelle des cultures suivantes rapporte le plus grand profit à la plupart des cultivateurs? (MONTRER UNE CARTE).

Carte A	Carte B	Carte C
Blé	Orge	Pommes de
Pommes de	Blé	terre
terre	Maïs	Blé
Orge	Pommes de	Orge
Maïs	terre	Maïs

Chaque type de culture figure une fois en tête ou en fin de liste, une fois au milieu en deuxième ou en troisième position. De même, deux types de culture ne paraissent jamais deux fois l'une après l'autre. Un tiers des répondants verrait chaque carte.

Une autre solution possible qui peut être appliquée au bureau avant d'expédier les questionnaires aux interviewers est d'indiquer sur les questionnaires l'élément qui doit être lu en premier dans chaque interview successive. Il faut alors veiller à ce que chaque interviewer reçoive un nombre égal de questionnaires où les divers éléments figurent en première place. Une autre solution consiste à demander aux interviewers de changer l'ordre d'une liste à la deuxième interview en commençant par le deuxième élément et en terminant par le premier. À la troisième interview, la liste commence par le troisième élément et se termine par le deuxième et ainsi de suite. Les interviewers doivent noter attentivement le nombre d'interviews qu'ils ont menées et s'assurer que l'ordre de rotation à chaque interview est le bon. Cette méthode comporte un plus grand risque de confusion et d'erreur puisque les interviewers sont déjà assez occupés à effectuer un travail complexe.

Il peut également s'avérer possible de diviser le nombre de réponses en deux groupes (ou plus). Un répondant doit alors faire un

choix parmi les éléments de chaque groupe distinct; une deuxième question lui demande d'indiquer lequel des éléments rangés en première place ou choisis comme les meilleurs il préfère.

#### Biais dû aux réponses socialement acceptables et polies

Les répondants choisissent souvent les réponses qui flattent le plus leur amour-propre. Ils ont également tendance à faire porter leurs choix sur des réponses qui les feront paraître intelligents, réfléchis, ou qui sont conformes aux normes sociales. Dans certains cas, le répondant veut être poli avec l'interviewer et offrir sa collaboration; il peut alors donner des réponses qui, à son avis, plairont à l'interviewer. Ce biais peut être particulièrement fort si les interviewers sont perçus comme des autorités puissantes et menaçantes. Dans d'autres cas, la non-réponse sera très élevée.

À cause des normes sociales, les répondants exagèrent souvent l'importance de leurs avoirs, prétendent être plus riches qu'en réalité ou cachent leur âge. Ils peuvent affirmer posséder une plus grande connaissance de quelque chose qu'en réalité ou déclarer avoir des habitudes de comportement qui sont fictives. Les études sur le contrôle des naissances sont pleines d'exemples de faux résultats dus à un biais introduit par souci de politesse du répondant et qui, par exemple, indiquent une utilisation exagérément élevée des contraceptifs.

Il existe un grand nombre d'études où les répondants déclarent un degré de connaissance et de consommation très élevé de produits et de services qui sont purement fictifs. Il est parfois utile d'inclure des éléments fictifs dans une liste simplement pour mesurer l'ampleur des fausses réponses concernant le degré de connaissance ou de consommation de produits réels.

Les données sur les dépenses des familles tirées d'enquêtes-ménages menées aux États-Unis et au Canada révèlent une tendance systématique à déclarer des dépenses sur l'alcool qui ne représentent qu'environ la moitié des ventes dans cette industrie. Des interviews sur la consommation d'alcool à la suite desquelles les déchets des ménages étaient examinés en secret ont également indiqué une forte tendance à déclarer une consommation inférieure à la consommation réelle.

Les enquêtes périodiques qui mesurent la proportion de fumeurs dans l'ensemble de la population nord-américaine ont enregistré une baisse progressive au cours des dernières années, même si les ventes de l'industrie du tabac n'ont cessé de croître. Le fait qu'il soit de moins en moins acceptable socialement

de fumer, ce qui porterait certains fumeurs à déclarer qu'ils ne fument pas, peut être une cause de cette baisse apparente du nombre de fumeurs.

Ce genre de biais peut être atténué, quoiqu'il ne puisse jamais être complètement éliminé, si l'on réduit au minimum l'attrait que présente une réponse par rapport à d'autres. Ainsi, on peut mentionner dans un préambule à une question que certains répondants ont donné des réponses conformes aux normes sociales et que d'autres se sont écartés de ces normes (par exemple, "Bien des gens ont dit que..., alors que d'autres ont dit que...D'après votre expérience, qu'est-ce qui est plus juste?").

Un autre genre de biais provient des vœux pieux que les répondants peuvent formuler en réponse à des questions portant sur leur comportement futur ou des situations hypothétiques ("Que feriez-vous si...?"). En général, il faut éviter ce genre de questions parce qu'elles indiquent rarement le vrai comportement observé une fois que se présente la période future ou la situation hypothétique.

Lorsqu'on aborde un sujet hautement controversé, le biais (ou à tous les moins les différences de résultats) qu'entraînent différentes formulations peuvent être surprenants. Il va de soi que les termes utilisés doivent être choisis avec soin.

Dans un sondage mené aux États-Unis en août 1980, on a demandé à un échantillon aléatoire d'Américains ce qu'ils pensaient de l'avortement en utilisant plusieurs formulations différentes, et on a obtenu divers résultats.

On a d'abord posé la question suivante: "Croyez-vous que la Constitution devrait faire l'objet d'un amendement interdisant l'avortement, ou qu'elle ne devrait pas faire l'objet d'un tel amendement?"

Les répondants étaient fermement opposés à un tel amendement. Seulement 29% des personnes interrogées favorisaient la proposition, tandis que 62% s'y opposaient et que les autres étaient indécises.

Plus tard, on a posé aux mêmes personnes une question différente afin de mesurer leurs attitudes sur le même sujet. C'est la question qui a davantage retenu l'attention du mouvement anti-avortement, et les résultats indiquent pourquoi.

Elle se lisait comme suit: "Croyez-vous que la Constitution devrait faire l'objet d'un amendement protégeant la vie de l'enfant à naître, ou qu'elle ne devrait pas faire l'objet d'un tel amendement?"

Les résultats ont été les suivants: 50% en faveur et 39% contre, le reste étant constitué d'indécis.

Environ un cinquième des personnes interrogées ont changé de position à la deuxième question. Un tiers de ceux qui s'opposaient à un amendement "interdisant l'avortement" appuyaient un amendement "protégeant la vie de l'enfant à naître".

Parmi ceux dont la position sur l'amendement anti-avortement est demeurée la même à la première et à la deuxième question, les opposants sont en plus grand nombre.

Dans l'ensemble, en effet, 36% des répondants sont demeurés opposés à l'amendement, tandis que 26% ont maintenu leur approbation. Quant aux autres, soit qu'ils ont changé d'avis d'une question à l'autre, soit qu'ils se sont déclarés indécis à l'une ou l'autre des deux questions. Les gens les moins instruits se sont laissés davantage influencer par la formulation, mais près du sixième des répondants ayant un niveau d'instruction élevé ont également changé d'avis.

En réponse à une troisième question posée dans le même sondage, les opposants à l'avortement se sont de nouveau trouvés en minorité.

On a posé la question suivante: "Si une femme désire un avortement et que son médecin y consent, devrait-on lui permettre ou non de se faire avorter?"

Pour 62% des répondants, l'avortement devrait alors être permis; pour 15%, cela dépend des circonstances. Seulement 19% des répondants s'opposaient à ce qu'on permette à une femme de se faire avorter.

### Questions doubles

Il faut éviter les questions qui recèlent deux questions ou plus. Les répondants ont de la difficulté à répondre, particulièrement si les réponses à chaque partie d'une question sont différentes.

Les questions doubles peuvent souvent être décelées par la présence des conjonctions "et" ou "ou". La meilleure façon d'éviter toute confusion est de remplacer les questions qui contiennent des "et" et des "ou" par deux questions simples ou plus.

### Explication de termes techniques

Il est utile de présenter une définition ou une description avant d'employer un terme qui possède un sens technique, surtout lorsqu'il s'agit d'un terme commun qui possède aussi divers sens non techniques ou imprécis. Dans ce

cas, le concepteur du questionnaire voudra que tout le monde comprenne le terme autant que possible dans le même sens technique. Si le terme est utilisé sans être défini ou avant la définition, il est possible que le répondant fixe mentalement sa réponse avant de recevoir l'explication. Le répondant peut alors donner une réponse inexacte fondée sur sa propre définition au lieu de celle fournie dans le questionnaire. Par exemple, la question "Où habitez-vous au moment où les villes A et B se sont unies pour former une seule ville - c'est-à-dire au moment de leur fusion?" est préférable à la tournure "...au moment de la fusion des villes A et B?" (ce qui créerait de la confusion parmi les répondants qui ne comprennent pas le mot "fusion").

### Hypothèses implicites

Généralement, on doit s'assurer qu'une question s'applique à tous les répondants à qui elle sera posée. On peut éviter les difficultés à cet égard en prévoyant des questions préliminaires grâce auxquelles on ne retiendra que les répondants voulus. Par exemple, la question "Quel âge a votre femme?" devrait être précédée de questions susceptibles de déterminer a) si le répondant est une personne de sexe masculin d'âge nubile, b) s'il a une épouse et c) de quelle épouse il doit donner l'âge.

On ne doit jamais présumer que le répondant a des connaissances sur des sujets très précis. Les questions de ce genre risquent d'embarrasser ou même d'indisposer certains répondants; d'autres prétendront faussement avoir certaines connaissances pour ne pas perdre contenance. Voici un exemple de question qu'il ne convient pas de poser au grand public: "Dites-moi tout ce que vous savez sur les politiques du gouvernement de la République de Saint-Marin en matière de migrations".

Le questionnaire du recensement de 1946 en France comportait les deux questions suivantes: "Savez-vous lire" et "Savez-vous écrire?" Une proportion exceptionnellement élevée de réponses négatives ont été obtenues en Alsace, région où la majorité de la population parle allemand. Une enquête de suivi a révélé qu'un grand nombre de répondants avait compris que ces deux questions portaient seulement sur la capacité de lire et d'écrire le français (Chevry, p. 121).

Une enquête sur le logement menée dans plusieurs pays européens en 1958 auprès de mineurs et de travailleurs de l'acier demandait "Combien de pièces (y compris la cuisine) occupez-vous?" Certains répondants ayant une famille ont interprété le "vous" comme "vous personnellement" et ont répondu "une", bien que l'objet de la question était de recueillir des données sur la famille (Chevry, p. 121).

Les spécialistes qui conçoivent les enquêtes supposent souvent que le répondant est prêt à donner des réponses qui en fait requièrent beaucoup de travail ou exigent un certain temps pour chercher des factures ou des dossiers du ménage. Par exemple, les enquêtes menées auprès de cultivateurs peuvent demander trop de détails sur la superficie de terre réservée à différents types de culture, le rendement obtenu, les coûts des semences, des engrais, des machines, de l'essence et ainsi de suite. D'autres questions peuvent exiger que les répondants aient une mémoire trop parfaite. Les enquêtes démographiques ont systématiquement révélé que les femmes, surtout celles d'un âge avancé, déclarent un nombre de naissances vivantes inférieur au nombre réel; elles oublient souvent les enfants qui "ont quitté le foyer" ou qui sont décédés. Le recensement de 1954 en France demandait aux femmes "Avez-vous eu des enfants?". Si la réponse était "oui", on leur demandait "Combien?" en leur disant de compter tous les enfants, même ceux qui sont décédés, mais non les mort-nés. Un questionnaire spécial qui s'adressait à un échantillon de femmes demandait aussi le prénom, le sexe, la date de naissance et la date de décès des enfants décédés. Le questionnaire spécial a conduit à un taux de naissance supérieur à celui du recensement et une analyse a révélé que les femmes qui ont répondu seulement au questionnaire général omettaient souvent les enfants nés d'un mariage antérieur et (parce qu'elles ne lisaient pas bien les instructions) les enfants décédés (Chevry, p. 117).

Les répondants qui ont été admis dans un hôpital pour subir un traitement sont souvent incapables de décrire au complet les soins qu'ils ont reçus, soit parce que l'hôpital ou le médecin ne leur a rien expliqué, soit parce que l'explication qu'ils ont reçue était trop détaillée ou compliquée. Les concepteurs d'enquêtes sur la santé ont souvent trouvé qu'il était préférable d'utiliser des dossiers d'hôpitaux que de se fier aux réponses des malades.

Un autre phénomène qui peut se produire est le "téléscopage dans le futur", la tendance générale à penser qu'un événement a eu lieu plus récemment qu'en réalité. Ainsi, dans les enquêtes sur les dépenses qui portent, par exemple, sur les douze mois précédents, les répondants déclarent fréquemment des achats qui en réalité remontent plus loin dans le passé. Quelques expériences ont été menées à l'aide d'une technique de "rappel ordonné" ou d'interviews par comparaison".

Selon cette méthode, les périodes de référence sont courtes comme, par exemple, trois mois, et des données sont recueillies auprès des mêmes répondants tous les trois mois pendant 12 mois consécutifs. Les interviewers sont munis de renseignements sur les achats déclarés par chaque répondant pour la période précédente

(on peut, par exemple, leur donner une copie du questionnaire rempli par les répondants la fois précédente). Si, par exemple, un répondant déclare avoir acheté un meuble au cours de la période courante, il est possible de comparer cet achat avec celui d'un article semblable à la période antérieure. L'interviewer peut alors demander au répondant de préciser si l'article courant est bel et bien différent de l'article déclaré la fois précédente. Le téléscopage dans le passé peut aussi se produire, mais cela arrive beaucoup moins fréquemment que le téléscopage dans le futur (Sudman et Bradburn (1982), p. 18).

### Questions délicates

Les questions délicates (c'est-à-dire celles qui sont perçues comme embarrassantes ou dangereuses) telles que les questions sur le revenu ou, dans certains cas, l'âge, ont souvent des taux de réponse faibles et peuvent susciter un refus catégorique de participer à l'enquête. Ces questions ne doivent pas figurer au début d'un questionnaire car, à ce stade, le concepteur du questionnaire essaie d'abord de gagner la confiance du répondant et de l'intéresser à répondre aux questions.

Les questions délicates doivent s'insérer dans le questionnaire à l'endroit où elles sembleront le moins indiscrettes là où le sujet abordé permet de passer à ces questions. Ainsi, dans une enquête sur les antécédents de travail comprenant une série de questions sur l'emploi actuel, il serait logique de demander le taux de salaire horaire de cet emploi et le nombre d'heures habituellement travaillées en même temps que sont posées les questions sur la date à laquelle le répondant a commencé son emploi, la nature du travail, l'employeur et ainsi de suite. C'est dans ce contexte que la question délicate sur le revenu ne devrait pas sembler déplacée ou menaçante. Il est parfois préférable de placer les questions délicates à la fin du questionnaire. Toute hostilité ou biais que ces questions peuvent susciter influenceront seulement sur quelques questions ou auront un effet presque nul s'il ne reste plus de questions. La plupart des renseignements voulus auront déjà été recueillis. S'il y a raison de penser que les réponses aux questions qui suivent une question délicate ont été faussées, il peut être possible d'élaborer des méthodes pour imputer des réponses plus vraisemblables ou de répartir les réponses douteuses dans une catégorie de "non-réponse".

Il est bon de faire des essais ou d'étudier les résultats d'enquêtes menées dans le passé pour déterminer d'abord si certaines questions sont perçues comme étant indiscrettes et, deuxièmement, le meilleur endroit dans l'ensemble du questionnaire pour insérer ce genre de questions.

Le concepteur du questionnaire doit également noter si certaines questions sont considérées comme délicates par les interviewers alors qu'en réalité la plupart des répondants n'ont pas cette impression. Quelques réactions d'hostilité manifestées par des répondants au début d'une série d'interviews peuvent donner cette impression à un interviewer, même si le reste des répondants ne réagissent peut-être pas si négativement. Un interviewer peut songer à omettre les questions délicates ou à les reformuler d'une manière qui, à son avis, les fait paraître moins indiscrettes.

Il existe aussi d'autres façons d'atténuer les questions délicates:

Des questions ouvertes formulées en langage non technique peuvent être préférables aux questions fermées pour recueillir des renseignements sur la fréquence de quelque chose, et une question ouverte longue peut être plus efficace qu'une question brève. On peut aussi demander au répondant de donner une description libre sans viser à obtenir une réponse très précise.

On peut utiliser des mots qui laissent entendre que beaucoup d'autres personnes ont un comportement ou des caractéristiques qui sont considérés comme difficiles à avouer. Des expressions telles que "Est-ce que par hasard" peuvent nuire à l'interview.

On peut aborder un sujet délicat au milieu d'une série de sujets plus ou moins délicats afin d'atténuer l'indiscrétion possible perçue par le répondant.

En outre, on peut poser des questions à la fin de l'interview pour demander au répondant à quel point les sujets abordés lui ont semblé indiscrets. Le résultat peut servir à l'évaluation de la qualité des réponses (Sudman et Bradburn (1982), p. 55).

### Énoncé des différentes options

Ce sont les choix offerts dans une question qui orientent la pensée du répondant. Si une question comporte une série d'options parmi lesquelles le répondant doit choisir, il vaut mieux présenter toutes les réponses et ne pas laisser d'options implicites. Si par exemple on ne présente qu'une seule réponse parmi deux réponses possibles, les répondants seront davantage portés à choisir la réponse présentée qu'à formuler la contrepartie dans leur tête et à choisir objectivement entre les deux. L'exemple qui suit montre les résultats qu'on a obtenus en posant la même question, mais formulée différemment, à deux groupes appariés. On remarquera que dans le premier cas, on n'énonce qu'une seule possibilité et qu'on laisse au répondant le soin de formuler lui-même la contrepartie, c'est-à-dire que les entreprises ne peuvent pas éviter les mises à pied.

"Croyez-vous que la plupart des entreprises manufacturières qui mettent à pied des travailleurs lorsque les activités ralentissent pourraient s'arranger pour éviter les mises à pied et offrir du travail régulier pendant toute l'année?"

#### Résultats:

63% des répondants ont indiqué que les entreprises pourraient éviter les mises à pied;  
22% ont indiqué qu'elles ne le pourraient pas;  
et  
15% étaient sans opinion.

On a ensuite formulé la question différemment afin d'énoncer la contrepartie implicite, c'est-à-dire que les mises à pied sont inévitables:

"Croyez-vous que la plupart des entreprises manufacturières qui mettent à pied des travailleurs lorsque les activités ralentissent pourraient s'arranger pour éviter les mises à pied et offrir du travail régulier pendant toute l'année, ou bien croyez-vous que les mises à pied sont inévitables?"

#### Résultats:

35% des répondants ont indiqué que les entreprises pourraient éviter les mises à pied;  
41% ont indiqué que les mises à pied étaient inévitables; et  
24% n'ont exprimé aucun choix.

Environ deux tiers des répondants approuvaient l'idée énoncée dans la première question, mais lorsqu'on présentait explicitement la contrepartie, la proportion des répondants favorables à l'idée initiale tombait à environ un tiers.

Il est encore plus difficile pour le répondant de compléter lui-même mentalement la question s'il y a plusieurs options à envisager en contrepartie de celle qui est énoncée. Dans l'exemple qui suit, on montre la répartition des réponses à deux questions, la première offrant peu de choix au répondant, la deuxième offrant un nombre beaucoup plus grand de possibilités. Les deux questions ont été posées au même groupe de personnes à deux moments différents. Il convient de noter qu'en raison de la nature complexe de la question présentant le plus grand nombre de choix, on a eu recours à une fiche que l'on remettait au répondant en lui posant la question.

"Supposons qu'un programme soit mis sur pied en vue de fournir aux travailleurs des indemnités de chômage et de maladie selon un système de paiements de redevances. Qui devrait gérer le fonds: les entreprises, le gouvernement ou le syndicat?"

Pour-  
centage

Résultats:

Gouvernement	33
Syndicat	18
Entreprise	18
Entreprise et syndicat	7
Entreprise et gouvernement	1
Syndicat et gouvernement	1
Les trois	6
Sans opinion	16

"Qui devrait gérer le fonds?" (MONTRER LA FICHE)

Gouvernement
Syndicat
Entreprises
Entreprises et syndicats
Entreprises et gouvernement
Syndicats et gouvernement
Gouvernement, syndicat et entreprises

Pour-  
centage

Résultats:

Gouvernement	18
Syndicats	4
Entreprises	13
Entreprises et syndicats	18
Entreprises et gouvernement	8
Syndicats et gouvernement	5
Gouvernement, syndicats et entreprises	21
Sans opinion	13

Dans le premier cas, où la possibilité de combinaisons n'était pas offerte, seulement 15% des répondants ont proposé d'eux-mêmes des combinaisons. Toutefois, lorsqu'on a montré aux répondants une liste d'options comportant des combinaisons, environ la moitié d'entre eux ont retenu une de ces possibilités. Il se peut que cet écart s'explique par des changements d'opinion survenus entre les deux enquêtes. Cependant, selon l'auteur de la recherche (S. Payne), "il est plus probable que la variation des résultats soit attribuable à la mention explicite des combinaisons dans la seconde enquête...".

### Enchaînement des questions

À l'intérieur du corps principal du questionnaire, les divers sujets doivent être abordés dans un certain ordre. L'objectif général est de bien agencer les questions tout en évitant les transitions maladroitement ou illogiques.

Les principes résumés ci-dessous complètent les observations présentées plus haut sur la division du sujet de l'enquête en sous-catégories et sur l'ordre de ces sous-catégories.

Une fois qu'un sujet général a été abordé, toutes les questions sur ce sujet doivent se suivre avant qu'un autre sujet ne soit entamé. Ainsi, dans une enquête sur les antécédents de travail, une série de questions pourrait porter sur tous les emplois que le répondant a eus depuis qu'il est actif. Une autre suite de questions pourrait demander des détails sur l'emploi actuel du répondant; il ne serait plus question des emplois antérieurs.

Chaque section du questionnaire commencerait par une explication générale du sujet qui est abordé: "D'abord, prenons tous les emplois que vous avez eus depuis que vous avez commencé à travailler. Quel était votre premier emploi?...". "Maintenant, parlons de votre emploi actuel. Quand avez-vous commencé cet emploi?...".

La meilleure façon d'enchaîner des questions sur les membres d'une famille au cours d'une période de référence consiste à demander des renseignements sur une personne en particulier avant de faire la même chose pour une deuxième personne. Les premières questions permettent de recueillir quelques données sur le ménage (le nombre de personnes, leur âge, leur sexe et leur lien avec le chef du ménage). Il pourrait alors être logique de continuer avec des questions sur chaque membre pour une période de référence plus longue.

Les questions concernant la durée, le salaire et d'autres caractéristiques d'un emploi doivent être posées relativement à un seul emploi avant de passer au suivant. Le répondant (et peut-être l'interviewer) peut se trouver dans un état de confusion si le questionnaire demande une liste des emplois et de leur durée pour ensuite revenir au premier emploi et demander le salaire de chaque emploi successif, puis de nouveau recommencer pour un autre renseignement. Le concepteur du questionnaire peut penser aux analyses concernant la durée des emplois et les salaires (moyennes calculées pour l'ensemble des emplois); par contre, ce qui est logique pour le répondant, c'est probablement de décrire les caractéristiques d'un emploi avant de parler du suivant.

Une approche un peu différente est souvent utilisée quand il faut obtenir des données pour un dossier sur les ménages. D'habitude, on demande à une personne qui est membre du ménage de nommer tous les membres de ce ménage et d'indiquer leur âge, sexe et lien avec le chef du ménage. À l'étape suivante, d'autres renseignements sont recueillis sur chaque membre, comme le niveau d'instruction, l'activité sur le marché du travail, l'état matrimonial, le lieu de naissance, les endroits où il a résidé,

etc. Il semble logique de demander quelques renseignements à la première étape afin de pouvoir poser de manière plus intelligente les questions de la deuxième étape. Cette méthode à deux étapes semble aussi bien fonctionner du point de vue des interviewers.

L'enchaînement des questions doit respecter la logique du répondant plutôt que celle de l'analyste. De cette façon, on crée et on entretient un cadre de référence uniforme de sorte que le répondant peut se rappeler plus facilement les renseignements voulus. Ce qui peut sembler logique au concepteur du questionnaire qui connaît à fond le sujet à l'étude en raison des travaux qu'il y a consacrés, peut sembler tout à fait illogique au répondant qui voit le questionnaire pour la première fois. Si les questions s'enchaînent bien, le répondant pourra souvent prévoir ses réponses aux questions subséquentes, car elles lui seront spontanément venues à l'esprit. Un essai préliminaire du questionnaire auprès de répondants types permet de déterminer si ces derniers trouvent que l'enchaînement des questions est logique.

Il est également important que les répondants puissent saisir le rapport qui existe entre les questions et les objectifs de l'enquête. Si les questions ne se rapportent pas aux buts visés, les répondants risquent de devenir aussi méfiants que dans le cas où les premières questions du questionnaire semblent inutiles. Les questions qui ont pour objet de recueillir des réponses "intéressantes à

connaître" et qui ne sont qu'indirectement rattachées aux objectifs de l'enquête doivent être évitées.

Si possible, les questions doivent respecter un ordre chronologique, habituellement du présent au passé (quoiqu'il soit parfois plus logique d'employer l'ordre inverse). Des questions préliminaires peuvent faciliter l'effort de mémoire pour obtenir des renseignements sur des sujets tels que les migrations, les antécédents professionnels ou la perception des attitudes du répondant. Ainsi le répondant peut se placer dans un cadre temporel qui l'aidera à se rappeler plus facilement certains détails. Par exemple, les questions sur les antécédents professionnels peuvent être suivies d'une question sur la date où le répondant a fini ses études.

Les longues listes de questions de présentation identique doivent être évitées dans la mesure du possible ou interrompues par des questions d'un genre différent. Les listes de questions semblables peuvent ennuyer ou indisposer le répondant ou le faire adopter un régime de réponse mécanique sans vraiment réfléchir à chaque question.

#### Questions filtres et instructions de sauter

La question filtre peut être utilisée pour éviter qu'un enquêté ne réponde à un groupe de questions qui ne s'appliquent pas à lui à cause de caractéristiques ou de circonstances données. Par exemple:



Statistique Canada Statistics Canada

### ENQUÊTE SUR LA SANTÉ ET L'INVALIDITÉ AU CANADA – ENFANTS

DOCUMENT CONFIDENTIEL  
une fois rempli

"Déclaration exigée en vertu de la Loi sur la statistique, Statuts du Canada, 1970-71-72, chapitre 15"

**B4.** Interviewer: Si "trouble de la vue (cercle 36) à la question A17 de la page 2, alors ...

passez à B5

Autrement  passez à B15

#### Troubles de la vue

**B5.** Au cours de la dernière interview, il a été déclaré que ... souffrait de troubles de la vue non corrigés par un appareil.

**B15.** Interviewer: Si "trouble de l'ouïe (cercle 34) à la question A17 de la page 2, alors ...

passez à B16

Autrement  passez à B27

L'instruction de sauter sert à guider l'interviewer de façon que les répondants n'ayant aucun trouble de la vue répondent seulement aux questions qui les concernent. Ils n'ont alors

pas besoin d'écouter des questions non pertinentes ou d'attendre que l'interviewer ait trouvé la prochaine question.


**ENQUÊTE SUR LA SANTÉ ET L'INVALIDITÉ  
AU CANADA – ENFANTS**
**DOCUMENT CONFIDENTIEL**  
une fois rempli

 "Déclaration exigée en vertu de la Loi  
sur la statistique, Statuts du Canada,  
1970 · 71 · 72, chapitre 15"

<p>9.</p> <p>Si "oui" à la colonne de sélection de la SECTION A et si l'âge sur l'étiquette est supérieure ou égal à 05 ..... 1 <input type="radio"/></p> <p>Autrement .... 2 <input type="radio"/> <b>METTEZ FIN À L'INTERVIEW</b></p>	<p>Prenez un rendez-vous pour interviewer le répondant selon les directives de votre manuel de l'interviewer.</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Date:</td> <td style="width: 50%;">Heure:</td> </tr> <tr> <td style="height: 30px;"></td> <td style="height: 30px;"></td> </tr> </table>	Date:	Heure:		
Date:	Heure:				

On aura parfois avantage à inclure une question de contrôle destinée à l'interviewer; il s'agit d'un instrument plus complexe qui sert à guider ce dernier vers les questions subséquentes. L'interviewer est invité à se reporter aux réponses fournies à deux ou trois questions précédentes, à cocher les catégories appropriées dans la question de contrôle, puis à suivre les instructions appropriées. Il faut s'assurer que la question de contrôle n'entraîne aucune confusion chez l'interviewer, car le répondant pourrait manifester de l'impatience à le voir feuilleter son questionnaire. Si l'interviewer sent qu'il doit accélérer, il se peut qu'il comprenne mal les instructions et omette des questions qui devraient normalement être posées.

Il arrive parfois qu'on utilise le conditionnel pour que la question puisse s'appliquer à tous les répondants. Par exemple, la question "Si vous travaillez ou si vous cherchez du travail, quel est votre principale raison de le faire?" s'appliquerait à l'ensemble des répondants. Ceux qui ne travaillent pas ou qui ne cherchent pas de travail répondront en conséquence ou ne tiendront pas compte de la question, tandis que les autres donneront une raison. Le principal inconvénient de la question conditionnelle vient de ce que les réponses laissées en blanc peuvent être interprétées de deux façons: s'agit-il d'une non-réponse ou d'un répondant qui ne travaille pas et ne cherche pas de travail? Il paraît impossible de faire une distinction entre les cas de non-réponse et ceux où la question était sans objet. Il peut être trompeur de supposer que chaque réponse laissée en blanc l'a été par un répondant à qui la question ne s'adressait pas. Dans ce cas, une question filtre pourrait prendre la forme suivante: "À l'heure actuelle, avez-vous un emploi ou cherchez-vous du travail?" Les répondants qui donnent une réponse affirmative sont alors renvoyés à la question leur demandant la principale raison pour laquelle ils travaillent ou cherchent un

emploi. Si la réponse est "non", il suffit d'inviter le répondant à passer à la question voulue. On peut également avoir recours à une troisième solution, qui n'est cependant pas aussi intéressante, et qui consiste à utiliser une catégorie de réponse qui contient l'autre proposition de l'alternative ("sans emploi ou ne cherche pas de travail", dans l'exemple ci-dessus). Il est pratique d'attribuer un code à toutes les réponses possibles et à l'absence de réponses. On pourra ainsi s'assurer qu'aucune question n'a été sautée accidentellement.

**Observations concernant la traduction**

Au Canada, les documents d'une enquête nationale sont d'habitude rédigés dans les deux langues officielles. Il est donc nécessaire d'avoir des versions traduites du questionnaire, du guide de l'interviewer et du manuel de formation.

Au stade de la traduction, il ne faut pas oublier que les documents d'enquête sont des instruments techniques. Il est donc important qu'ils présentent un message ou des idées de manière cohérente. Ainsi, le concepteur du questionnaire voudra s'assurer que les termes employés par les traducteurs sont utilisés uniformément dans les documents et que la terminologie technique est aussi simple et directe que possible. La forme officielle courante d'une langue écrite est parfois très différente des diverses formes du langage parlé ou familier. On doit utiliser autant que possible le langage parlé. Il est parfois difficile de savoir si les définitions et concepts d'une enquête ont été bien traduits. Pour améliorer la qualité des traductions, on peut appliquer la technique de la retraduction, c'est-à-dire que le texte original est traduit, puis retraduit vers la langue originale par un autre traducteur. L'original et la deuxième version sont ensuite comparés afin de s'assurer que le sens n'a pas été modifié.

Comme la traduction est une opération qui exige beaucoup de temps et s'applique à tous les documents d'une enquête, il est préférable de prévoir un essai afin d'éliminer le biais dû à la traduction, à l'étape de la conception du questionnaire, au moyen de brèves retraductions au lieu d'attendre jusqu'à l'étape de l'enquête pilote. On peut aussi, au moment de l'enquête pilote, utiliser plusieurs traductions et voir l'effet de ces différences sur les résultats.

Il y a une autre possibilité de corriger les traductions inadéquates. Les rapports concernant le travail sur le terrain peuvent inclure une description des difficultés causées par des traductions imparfaites. Ces renseignements peuvent être utilisés pour corriger les documents d'enquête avant la série d'interviews suivante.

Une fois que le travail sur le terrain est entamé, la réussite de l'enquête dépend des interviewers. Il est donc essentiel que l'interviewer soit bien formé au sujet des concepts de l'enquête et des mots qu'il faut utiliser, et que l'interviewer ait à sa disposition un ensemble complet des documents de référence, y compris les versions traduites du questionnaire ou de la formule d'enquête.

### Ordre des parties du questionnaire

Un questionnaire bien structuré aide à atteindre les objectifs de l'enquête tout en augmentant la qualité des réponses et le taux de participation. Pour ce faire, la composition du questionnaire doit être acceptable au répondant, à l'interviewer et au concepteur du questionnaire.

Du point de vue du répondant, le questionnaire doit être conçu de manière à susciter et à maintenir son intérêt à répondre au questionnaire. Même quand le répondant est bien motivé, son intérêt peut diminuer:

- si le questionnaire saute d'un sujet à l'autre sans ordre logique;
- si beaucoup de questions semblent inutiles;
- si l'interviewer se perd dans un dédale de questions compliquées et obscures.

La composition du questionnaire doit éliminer les doutes que le répondant pourrait avoir au sujet du bien-fondé de l'enquête. L'application des principes fondamentaux de la conception des questionnaires peut même aider le répondant à se rappeler certains renseignements. Pour favoriser le travail de l'interviewer les questions doivent se suivre dans un ordre logique afin que l'utilisation du questionnaire soit aussi facile que possible. L'interviewer doit pouvoir consulter des instructions précises pour savoir quand il doit passer à la question suivante, sauter des questions, etc.

Pour l'organisation des sections d'un questionnaire selon une séquence ou dans un ordre particulier, il est nécessaire de tenir compte de certains facteurs:

- Il peut y avoir une raison logique de poser une certaine série de questions avant une autre. Par exemple, des questions qui demandent si le répondant sait que quelque chose existe (comme un programme, un service ou une procédure) devraient précéder les questions sur le degré de connaissance ou l'utilisation de cette chose.
- La logique (surtout du point de vue des répondants) peut déterminer que certaines formes d'enchaînement des sujets sont meilleures que d'autres.
- Questions délicates - En général, les sujets délicats ne devraient pas être abordés au début du questionnaire, soit avant qu'un bon rapport n'ait été établi entre le répondant et l'interviewer. Ces questions devraient figurer là où elles sembleront le moins indiscrettes. Elles sont souvent placées à la fin pour réduire au minimum l'effet du biais possible des réponses (ainsi que le refus de répondre au reste du questionnaire) sur les réponses aux autres questions.
- Diverses périodes de référence - Il peut être plus facile pour les enquêtés de répondre si les questions concernant la veille sont posées ensemble, avant les questions portant sur la semaine précédente, lesquelles sont posées avant les questions relatives au mois précédent et ainsi de suite, de sorte que le recul dans le passé progresse de manière systématique.
- L'importance relative des différents sujets abordés - Il s'avère souvent que les premières versions des questionnaires sont longues. Il faut alors étudier l'importance relative des sujets secondaires en vue d'abréger ou d'éliminer complètement les éléments les moins essentiels pour éviter d'indisposer le répondant et prévenir la baisse de qualité des réponses ou le biais qui peut découler de la longueur du questionnaire.
- Sélection - Certaines questions ou séries de questions doivent être posées avant d'autres parce qu'elles servent de tamis ou de filtre pour repérer les répondants à qui s'adressent certains groupes de questions (par exemple, dans les enquêtes sur la santé, les répondants peuvent être classés selon les catégories suivantes: ceux qui n'ont jamais fumé de produits du tabac, ceux qui ont déjà fumé mais ne fument pas actuellement, ou n'ont pas fumé au cours des six mois précédents et ceux qui fument actuellement; différentes séries de questions seraient posées à chaque groupe de répondants).

- Degré prévu d'exactitude ou de validité des réponses - On peut devoir faire un compromis entre l'acceptation de réponses d'enquêtés substitués et le temps et l'argent nécessaires pour obtenir une réponse directe de tous les membres des ménages. Les sujets doivent être répartis selon les éléments qu'on peut exprimer sous forme de questions auxquelles un enquêté substitut peut répondre adéquatement et les éléments qui exigent une réponse directe.
- Biais sémantique - Il faut éviter de disposer les parties du questionnaire dans un ordre qui peut conditionner les répondants en leur présentant un cadre de référence comme, par exemple, celui d'un sens particulier d'un terme ou d'une phrase, qui est ensuite appliqué involontairement et faussement plus loin dans le questionnaire. Ainsi, dans une enquête sur la planification de la famille, des questions sur le degré de connaissance de l'utilisation des moyens de contraception ne devraient pas être suivies, sans autre explication, de questions sur la contraception en général, lorsqu'on veut inclure les méthodes contraceptives autres que les moyens mécaniques (comme l'abstinence, la vasectomie ou d'autres opérations). S'il n'y a pas d'explication, les répondants continueront probablement de penser seulement aux moyens mécaniques, même si le sujet et les questions sont différents.

Dans les enquêtes où le répondant remplit lui-même le questionnaire, le concepteur doit se rappeler, outre les principes décrits ci-dessus, que le répondant est libre de lire le questionnaire en entier avant d'inscrire ses réponses, et qu'il a aussi la possibilité de revenir en arrière pour changer une réponse déjà donnée. Les questionnaires de ce genre n'offrent donc pas une grande fiabilité lorsqu'on veut d'abord mesurer le degré de connaissance, avant de passer à l'utilisation ou à l'expérience. Souvent, après avoir lu les questions sur l'expérience, le répondant aura une meilleure connaissance du produit ou du service, et il aura tendance à ajuster ses réponses en conséquence.

### Introduction

Dans la plupart des enquêtes, les répondants ne sont pas tenus par une loi de fournir des réponses, et même lorsqu'ils le sont, la loi est rarement appliquée et il se peut qu'elle ne soit pas connue des répondants. Les mesures qu'un organisme public doit prendre pour persuader un enquêté de répondre, souvent sans pouvoir assurer l'exactitude des renseignements fournis, démontrent qu'en pratique il ne vaut pas la peine d'obliger un répondant à participer à une enquête.

Il est donc extrêmement important de susciter l'intérêt du répondant. Il doit être motivé à réfléchir attentivement à ses réponses afin de fournir des données de qualité. Une description de l'objet de l'enquête et une demande de collaboration devraient donc faire partie des premiers renseignements donnés au répondant. Cette information peut être incluse dans l'énoncé d'introduction. Dans le cas d'une enquête faite par un interviewer, cet énoncé peut être fait tout de suite après que ce dernier se soit présenté. L'énoncé peut figurer sur la première page du questionnaire ou dans le guide de l'interviewer. Une lettre explicative peut être envoyée à l'avance au répondant. L'interviewer peut également garder un exemplaire de cette lettre et le montrer aux répondants.

Si possible, la description du but de l'enquête dans l'introduction doit indiquer au répondant de quelle façon les résultats peuvent l'intéresser. Les autres éléments de cette introduction peuvent comprendre:

- une garantie du secret des renseignements, lorsqu'il est effectivement possible d'offrir cette garantie, si le sujet de l'enquête et les préoccupations des répondants l'exigent (ces garanties sont particulièrement importantes quand l'enquête comprend des questions qui peuvent sembler personnelles ou qui portent sur des renseignements qu'une entreprise ne donnerait pas à ses concurrents);
- la désignation de l'organisme responsable de l'enquête ou de l'organisme qui la mène;
- une explication concernant l'autorisation de mener l'enquête, s'il en existe une (par exemple, une autorisation juridique);
- le nom d'un directeur ou d'une autre personne que le répondant peut contacter s'il a des questions à poser au sujet de l'enquête. Le fait d'assurer le répondant qu'il existe un membre du personnel supérieur avec qui il peut entrer en contact peut souvent accroître sa disposition à participer à l'enquête, même si le répondant n'exerce pas ce droit.

### Données administratives

Les données administratives, habituellement comprennent les renseignements suivants:

- codes d'identification de l'enquête ("Enquête n° 1982-04" ou "Formule 82-H1"), et de tâche de l'interviewer;

Division de la coordination des enquêtes spéciales

## ENQUÊTE DE 1976 SUR L'EXERCICE PHYSIQUE ET LES ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES PHYSIQUES ET SPORTIVES

Octobre 1976

Monsieur, Madame,

Cette enquête vise à fournir des données exhaustives sur les activités des Canadiens en ce qui concerne l'exercice physique, les activités récréatives physiques et le sport amateur. Elle est menée au nom de la Direction générale de la santé et du sport amateur de Santé et Bien-être social Canada. Les données recueillies serviront à l'élaboration de nouveaux programmes et à la recherche sur les activités des Canadiens dans le domaine de l'exercice physique, des activités récréatives physiques et du sport amateur.

L'interviewer de Statistique Canada vous a remis ce questionnaire pour que vous le remplissiez. Il reviendra le chercher à la date indiquée plus bas.

Nous vous demandons de prendre quelques minutes pour le remplir. Pour répondre à la plupart des questions, il suffit de cocher la case  ou le cercle  appropriés. Si une question vous pose des difficultés, veuillez le mentionner dans l'espace prévu à l'arrière de la formule et demander l'aide de l'interviewer de Statistique Canada lorsqu'il reviendra. Il va sans dire que les renseignements que vous fournirez demeureront strictement confidentiels et ne serviront qu'à des fins statistiques.

Je vous remercie de votre collaboration et vous prie d'agréer, Monsieur, Madame, mes salutations distinguées.

Le statisticien en chef du Canada,



(Peter G. Kirkham)

Statistique Canada mène la présente enquête au nom de la Direction générale de la Santé et du Sport Amateur, Santé et Bien-être social Canada, en vertu de la Loi sur la Statistique, Chap. 15, Statuts du Canada de 1970-71-72.

- codes d'identification géographique (indiquant la province, la ville, le district ou une autre division);
- date de l'interview et des visites de suivi;
- code indiquant la mesure dans laquelle la réponse est complète ou satisfaisante, ou encore la raison d'une non-réponse;
- code indiquant la source de la réponse par ex., le répondant visé ou un substitut comme un autre membre de la famille ou du ménage;
- code de contrôle de la vérification sur le terrain (permettant de s'assurer que le

surveillant des opérations sur le terrain a vérifié le questionnaire pour voir si toutes les réponses nécessaires étaient fournies et si elles étaient lisibles et complètes). Il peut se révéler utile d'utiliser un code distinct pour le contrôle du codage sur le terrain (c'est-à-dire pour s'assurer que l'interviewer ou le surveillant a attribué un code aux questions qui devaient être codées sur le terrain);

- nom et adresse du répondant, en particulier si le plan d'enquête exige que le répondant soit le "chef de ménage" dont on peut ne pas connaître d'avance le nom et devoir l'obtenir au début de l'interview.

### FICHE DE MÉNAGE

01

REG	SEGMENT	N° DE LISTE	MOIS	DATE	ANN
-----	---------	-------------	------	------	-----

ADRESSE

02 S'AGIT IL D'UN LOGEMENT INDIVIDUEL NON ATTENANT? NON  OUI  06

03 ETAGE DE L'ENTRÉE PRINCIPALE DU LOGEMENT

04 NBRE TOTAL D'ETAGES DANS L'IMMEUBLE

05 NBRE TOTAL DE LOGEMENTS DANS L'IMMEUBLE

06

VISITE N°	DATE		HEURE
	JOUR	MOIS	
1			
2			
3			
4			

CODE REPONSE DU MENAGE:  INT  N-I  CODE

07	N° DE PERSONNE - N° DE PAGE ET N° DE COLONNE					
	N° DE PAGE 1	N° DE PAGE 2	N° DE PAGE 3	N° DE PAGE 4	N° DE PAGE 5	N° DE PAGE 6
08	Donnez les noms des membres de votre famille qui demeurent présentement ici					
09	Y a-t-il d'autres membres de votre famille qui demeurent habituellement ici? Non <input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Qui? <input type="text"/>					
10	Y a-t-il quelqu'un d'autre qui demeure habituellement ici? (Si oui, donnez les noms selon la famille)					
11	ATTRIBUEZ LE (LES) NUMERO(S) DE FAMILLE					
12	Quelle est la date de naissance? CALCULEZ L'ÂGE					
13	Cela signifie que _____ est âgé(e) de _____					
14	VÉRIFIEZ LE SEXE ET FAITES UN "X" DANS LE CERCLE APPROPRIÉ.					
15	Quels sont les liens qui existent entre les membres du ménage et (la personne de référence)? Personne de référence <input type="text"/>					
VOIR LA FICHE DE RÉFÉRENCE POUR LES AUTRES CODES						
C O N T R Ô L E	PREMIÈRE VISITE					
	ÉTAT D'AVANCEMENT DU QRI					
	ORE LIVRÉ					
	SECONDE VISITE					
	DATE DU RENDEZ-VOUS					
ORE REPRIS						
MESURES PHYSIQUES:						
ÉTAT D'AVANCEMENT						
REMS A - INITIALES DE L'INFIRMIÈRE						
RECU PAR - INITIALES DE L'INTERVIEWER						

35

COMMENTAIRES

60-31

N° DE TÉLÉPHONE DU MÔD

N° DE L'INTERVIEWER

SIGNATURE

DIRTE À LA PAGE

Les détails des dates et des heures des interviews sont également utiles pour la vérification, par exemple, dans le cas fréquent où l'on communique de nouveau avec une certaine proportion (10% ou 15%) des répondants attribués à chaque interviewer pour vérifier s'ils ont réellement été interviewés et si les réponses fournies à certaines questions de base concordent avec les réponses inscrites.

L'exemple qui précède est tiré de l'Enquête Santé Canada de 1978 et 1979. On trouve, dans la partie supérieure gauche de la fiche de ménage, des espaces réservés aux codes d'identification de l'échantillon et à l'adresse du ménage. À l'angle supérieur droit se trouvent des cases où les interviewers peuvent inscrire les dates et les heures des appels faits au ménage, ainsi qu'un code de réponse. La zone ombrée au bas du questionnaire (intitulée "CONTRÔLE") sert à indiquer l'exécution des diverses étapes de l'enquête (plusieurs questionnaires devaient être remplis).

### Corps du questionnaire

Après les parties qui servent d'introduction au questionnaire (y compris les données administratives), le corps du questionnaire contient les questions essentielles sur les sujets de l'enquête. Tel qu'il a été mentionné plus haut, ces sujets peuvent être divisés selon des catégories ou des regroupements logiques ou selon les genres de répondants (par exemple, des sections distinctes pour les hommes et les femmes ou pour les répondants célibataires et mariés).

Les premières questions du corps du questionnaire d'enquête doivent susciter ou maintenir l'intérêt et l'attention du répondant. En général, les premières questions devraient mettre le répondant à l'aise. Il faut éviter de poser d'emblée les questions difficiles ou particulièrement troublantes parce qu'elles peuvent susciter des réponses inexactes ou provoquer le refus de répondre chez un répondant méfiant ou réticent au départ.

Dans certaines enquêtes, les premières questions peuvent servir à établir que le répondant est membre de la population observée. Par exemple, dans une enquête sur l'emploi, en guise de premier contact avec un adulte responsable du ménage, on peut dresser une liste des membres permanents du ménage qui ont un emploi. Une fois qu'un répondant a été choisi parmi ces personnes, la première question posée à ce répondant (après qu'il a été contacté) lui permettra de confirmer qu'il a un emploi.

Les questions d'ouverture peuvent également servir à informer le répondant de son rôle à l'égard des sujets abordés, des détails requis et de la façon de répondre aux questions. Cela démontre encore une fois qu'il doit être facile de répondre aux premières questions. Elles amènent

le répondant à se familiariser avec le domaine à l'étude et avec ce qu'on attend de lui.

### Données classificatoires

Les questions qui visent à recueillir des données qui serviront à la classification ou à l'analyse sont habituellement groupées ensemble. Les variables visées sont souvent des descripteurs démographiques (comme l'âge, le sexe, le niveau d'instruction, la profession, le revenu et ainsi de suite). Ceci est bien illustré par l'exemple ci-après tiré de l'enquête de 1976 sur l'exercice physique et les activités récréatives physiques et sportives.

Les méthodes d'échantillonnage ou de sélection des répondants peuvent exiger que les données classificatoires soient obtenues au début du questionnaire (pour, par exemple, choisir un répondant selon certaines caractéristiques telles que des variables physiques ou la place au sein du ménage). La plupart du temps, les questions classificatoires sont posées à la fin parce qu'il est plus facile de les justifier vis-à-vis des répondants lorsqu'elles viennent à la fin (par exemple, démontrer que ces données sont recueillies seulement pour des besoins d'analyse).

On prétend généralement que seules les données classificatoires qui sont requises pour des analyses particulières doivent être recueillies. Toutefois, les concepteurs de questionnaires dans les organismes publics ne peuvent souvent pas prévoir toutes les applications analytiques probables de leurs données d'enquête. Dans un avenir indéterminé, il est possible qu'un utilisateur veuille établir des comparaisons selon l'âge ou l'état matrimonial entre les données de l'enquête et celles d'une autre enquête ou de sources administratives. Pour pouvoir répondre aux besoins de ces recherches futures, toutes les questions démographiques et classificatoires habituellement posées devraient figurer dans le questionnaire.

Étant donné que certaines questions classificatoires sont posées aux répondants dans presque toutes les enquêtes-ménages, il est utile de penser aux avantages qu'on pourrait tirer d'une comparabilité à long terme entre les enquêtes. Il arrive trop souvent qu'une analyse de deux enquêtes ou plus qui a pour but de faire ressortir des différences ou des tendances achoppe parce qu'il est impossible de répartir les répondants des diverses enquêtes selon les mêmes catégories démographiques. Par exemple, l'âge des répondants peut avoir été déclaré en fonction de tranches d'âge précodées qui varient d'une enquête à l'autre, ou les classifications géographiques peuvent être différentes, de sorte que la définition d'une grande ville dans une étude comprend un quartier voisin ou une banlieue, tandis que la définition présentée ailleurs l'exclut.

Division de la coordination des enquêtes spéciales

# ENQUÊTE DE 1976 SUR L'EXERCICE PHYSIQUE ET LES ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES PHYSIQUES ET SPORTIVES

Cette partie vise à recueillir des renseignements qui serviront à grouper vos réponses avec celles des autres Canadiens visés par l'enquête.

## VOUS-MÊME

**46** Êtes-vous né(e) au Canada?

Oui  Non

Dans quel pays êtes-vous né(e)?

Royaume-Uni

États-Unis

Allemagne

Italie

France

Autre (Précisez)

Dans quelle province ou dans quel territoire êtes-vous né(e)?

Terre-Neuve

Nouvelle-Écosse

Nouveau-Brunswick

Île-du-Prince-Édouard

Québec

Ontario

Manitoba

Saskatchewan

Alberta

Colombie-Britannique

Territoires du Nord-Ouest, Yukon

Inscrivez votre pays de naissance

**47** Quelle langue parlez-vous le plus souvent à la maison?

L'anglais

Le français

L'allemand

L'italien

Autre (Précisez)

**48** Quand vous aviez 13 ans, combien d'habitants comptait la cité, la ville, le village ou la municipalité où vous demeuriez?

100,000 ou plus

30,000 à 99,999

12,000 à 29,999

1,000 à 14,999

Moins de 1,000

Ne sais pas

**49** Combien mesurez-vous?

Pieds

Pouces

OU

Centimètres

**50** Combien pesez-vous? Cochez une seule case.

80 ou moins livres <input type="checkbox"/> 80 kg 40.9 ou moins	91-100 livres <input type="checkbox"/> 91 kg. 41.4-45.5	101-110 livres <input type="checkbox"/> 102 kg. 45.9-50.0	111-120 livres <input type="checkbox"/> 112 kg. 50.4-54.5	121-130 livres <input type="checkbox"/> 122 kg. 55.0-59.1
131-140 livres <input type="checkbox"/> 132 kg. 59.5-63.6	141-150 livres <input type="checkbox"/> 142 kg. 64.1-68.2	151-160 livres <input type="checkbox"/> 152 kg. 68.6-72.7	161-170 livres <input type="checkbox"/> 162 kg. 73.2-77.3	171-180 livres <input type="checkbox"/> 172 kg. 77.7-81.8
181-190 livres <input type="checkbox"/> 182 kg. 82.3-86.6	191-200 livres <input type="checkbox"/> 192 kg. 86.8-90.9	201-210 livres <input type="checkbox"/> 202 kg. 91.4-95.4	211-220 livres <input type="checkbox"/> 212 kg. 95.9-100.0	Plus de 220 livres <input type="checkbox"/> 222 kg. Plus de 100

**52** Au cours des 12 derniers mois, votre médecin vous a-t-il dit que vous souffriez de troubles cardiaques?

Je n'ai pas vu de médecin  Non  Oui

**53** Quel était le total de votre revenu personnel provenant de toutes sources, avant impôt et autres déductions pour les 12 derniers mois? (Compris les revenus de emploi, de pensions, d'allocations familiales, d'intérêts, de dividendes, de loyers, etc.) Cochez une seule case.

A1 Aucun revenu  B1 \$10,000 - 14,999

B2 Moins de \$4,000  B4 \$15,000-19,999

B3 \$4,000-6,999  B7 \$20,000-29,999

B4 \$7,000-9,999  B8 \$30,000 ou plus

**54** Combien d'automobiles les membres de votre ménage ont-ils à leur disposition?

Aucune  Une  Deux  Trois ou plus

réservé au bureau

MERCI DE VOTRE COLLABORATION!

Nous vous invitons à nous faire part de vos commentaires sur les programmes publics qui ont trait au conditionnement physique et au sport amateur. Veuillez écrire vos observations sur la page suivante.

Le Répertoire des concepts sociaux, guide rédigé par Statistique Canada pour aider les planificateurs à formuler les questions et définir les concepts et le chapitre 7 de l'ouvrage de Sudman et Bradburn (1982) représentent deux sources parmi beaucoup d'autres de classifications types, surtout pour les données démographiques. D'autres classifications existent aussi, par exemple, pour les professions (Organisation internationale du travail), l'éducation (UNESCO), les maladies (Organisation mondiale de la santé), et autres rapports du Bureau de la statistique des Nations Unies. Ces normes ont été élaborées avec soin; par conséquent, un concepteur d'enquête doit examiner leur utilité avant de répéter le travail déjà fait.

Les données géographiques, qui sont souvent recueillies pour les besoins de classification, peuvent présenter quelques problèmes. Il peut être difficile de repérer des régions ou des districts si des noms ont changé. Le changement de toponymes et, en particulier, les modifications de limites peuvent compliquer les réponses (comme, par exemple, dans les questions qui demandent le lieu de naissance). En règle générale, il est préférable d'utiliser des noms de lieu que la plupart des répondants connaissent, même s'il faut utiliser une appellation qui n'est plus officiellement reconnue. Les interviewers devraient, surtout quand ils doivent interviewer des répondants d'un certain âge ou d'un niveau d'instruction relativement faible, vérifier s'ils emploient les anciens ou les nouveaux noms ou limites pour désigner un district ou une région.

Les noms des lieux peuvent être ambigus à cause des régions qu'ils comprennent ou parce qu'ils désignent à la fois une partie d'une ville (habituellement la partie la plus ancienne ou le centre) et une grande région urbaine qui entoure la partie centrale. Il faut parfois demander aux répondants s'ils font référence à la partie centrale originale ou à l'ensemble de la région urbaine.

### Questions ouvertes et questions fermées

Les outils qui aident à formuler les questions comprennent notamment une classification des questions en catégories distinctes dont chacune présente divers avantages et inconvénients. On divise souvent les questions selon qu'elles sont objectives ou subjectives, descriptives ou numériques. Toutefois, la distinction la plus importante dans la hiérarchie de classification est celle qui oppose les questions "ouvertes" et les questions "fermées".

La distinction entre ces deux genres de questions a trait au degré de latitude accordé à l'enquêté dans le choix de sa réponse. Une question ouverte lui permet de choisir librement sa réponse et de la formuler en ses propres mots ou chiffres; une question fermée l'oblige à choisir entre les diverses options que lui offre le questionnaire.

Voici des exemples de questions qui peuvent être formulées des deux façons:

Réponse libre ou question ouverte:

Q. 22 Rapport d'acte criminel (RAC) 1984

#### 22 Comment vous a-t-on menacé(e)? Vous a-t-on menacé(e) autrement? (Cochez toutes les réponses qui conviennent.)

- |   |   |                       |
|---|---|-----------------------|
| 1 | <input type="radio"/> Menace verbale de viol                                      | } <i> Passez à 31</i> |
| 2 | <input type="radio"/> Menace verbale d'attaque (autre que le viol)                |                       |
| 3 | <input type="radio"/> Présence d'une arme ou menace avec une arme                 |                       |
| 4 | <input type="radio"/> Attaque avec une arme, par exemple tir dans votre direction |                       |
| 5 | <input type="radio"/> Objet lancé dans votre direction                            |                       |
| 6 | <input type="radio"/> Autrement (précisez) _____                                  |                       |

Réponses fixées à l'avance ou question fermée:

Q. 82 Rapport d'acte criminel (RAC) 1984

#### 82 Je vais maintenant vous décrire différentes raisons qui peuvent influencer sur la décision d'avertir ou non la police. Est-ce que l'une des raisons suivantes explique le fait que l'acte n'a pas été signalé à la police?

- |  | Oui                      | Non                      | Ne sait pas              |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. Rien n'a été volé ou les biens volés ont été récupérés . . . . .  | 01 <input type="radio"/> | 02 <input type="radio"/> | 03 <input type="radio"/> |
| 2. La police ne pouvait rien faire . . . . .   | 04 <input type="radio"/> | 05 <input type="radio"/> | 06 <input type="radio"/> |
| 3. Peur des représailles de la part du malfaiteur . . . . .  | 07 <input type="radio"/> | 08 <input type="radio"/> | 09 <input type="radio"/> |
| 4. Vous ne vouliez pas causer d'ennuis au malfaiteur en faisant intervenir la police . . . . .                       | 10 <input type="radio"/> | 11 <input type="radio"/> | 12 <input type="radio"/> |
| 5. Le fait n'était pas assez important . . . . .   | 13 <input type="radio"/> | 14 <input type="radio"/> | 15 <input type="radio"/> |
| 6. Vous ne vouliez pas prendre le temps nécessaire; moment inopportun . . . . .                                      | 16 <input type="radio"/> | 17 <input type="radio"/> | 18 <input type="radio"/> |
| 7. Il s'agissait d'une question personnelle qui ne concernait pas la police . . . . .                                | 19 <input type="radio"/> | 20 <input type="radio"/> | 21 <input type="radio"/> |
| 8. L'acte a été signalé à un autre agent, par exemple à un agent de sécurité . . . . .                               | 22 <input type="radio"/> | 23 <input type="radio"/> | 24 <input type="radio"/> |
| 9. Vous craigniez l'attitude de la police ou des tribunaux à cause de la nature de l'acte qui a été commis . . . . . | 25 <input type="radio"/> | 26 <input type="radio"/> | 27 <input type="radio"/> |

Une troisième catégorie comprend des questions soi-disant ouvertes qui imposent implicitement un nombre limité de choix. Prenons des questions comme "Quel âge aviez-vous à votre dernier anniversaire de naissance?", "Combien de personnes avaient une résidence permanente à cette adresse le 3 juin 1981?". Ces exemples deviendraient des questions fermées si une liste de réponses acceptables ou de catégories faisaient partie de la question.

Par exemple, on pourrait demander à un répondant d'indiquer son âge selon un intervalle de cinq ou 10 années d'âge:

"À laquelle des catégories d'âge suivantes apparteniez-vous au moment de votre dernier anniversaire de naissance?" (INTERVIEWER: LISEZ LA LISTE)

- |                                      |    |                                      |
|--------------------------------------|----|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> moins de 20 |    | <input type="checkbox"/> moins de 20 |
| <input type="checkbox"/> 20-24       | ou | <input type="checkbox"/> 20-29       |
| <input type="checkbox"/> 25-29       |    | <input type="checkbox"/> 30-39       |
| <input type="checkbox"/> 30-34, etc. |    | <input type="checkbox"/> 40-49, etc. |

Une variation des sortes de questions décrites plus haut est désignée par les termes question semi-fermée ou semi-ouverte (aussi appelée parfois "question cafétéria"). Du point de vue du répondant, ce type de question semble ouvert. On lui demande, par exemple, "Au cours des quatre dernières semaines, qu'avez-vous fait pour vous trouver du travail?" Mais l'interviewer dispose d'une feuille précodée pour les réponses. Pendant que le répondant parle, l'interviewer compare la réponse avec la liste de réponses prévues et inscrit le code approprié. On élimine ainsi le temps qu'il faudrait aux interviewers pour écrire les réponses mot à mot. Cependant, le concepteur du questionnaire doit prévoir les diverses réponses probables, ce qui n'est pas toujours une tâche facile. Un essai préliminaire peut aider à vérifier si les éléments de réponse les plus importants ont en effet été inclus. À cause de la difficulté de prévoir toutes les réponses possibles et d'en dresser une liste précodée, les questions semi-ouvertes se terminent souvent par une catégorie "autre (PRÉCISER)" suivie d'un espace pour que l'interviewer puisse inscrire une réponse qui ne correspond à aucune des catégories prévues à l'avance.

La catégorie "autre" peut également être utile quand un interviewer ne parvient pas immédiatement à repérer la catégorie qui correspond à une réponse. Après l'interview, l'interviewer peut recoder la réponse en fonction de la catégorie appropriée. Il est même possible que, lorsqu'une catégorie ou un concept non précodé revient assez fréquemment, il soit préférable de créer une réponse distincte.

### Avantages et inconvénients

Les questions ouvertes qui demandent des réponses numériques ou des réponses qui se limitent clairement à un petit nombre de catégories exigent que le questionnaire contienne assez de place pour la réponse la plus longue possible et que la zone réservée à la donnée correspondante dans l'enregistrement informatique soit assez grande pour qu'on puisse introduire cet élément.

On pourrait supposer qu'une question à réponse numérique sera probablement comprise de la même manière par tous les répondants, mais cela n'est pas nécessairement vrai. Des questions ouvertes à réponse numérique comme, par exemple, "Combien de têtes de bétail possédez-vous?" permettent au répondant de fournir n'importe quel chiffre, que ce soit un nombre exact ou arrondi, ou de donner des réponses telles que "40 ou 50", "beaucoup", "pas assez" ou "pas autant que l'an dernier". Le concepteur du questionnaire doit accepter les réponses de ce genre et prévoir l'espace nécessaire pour les noter. En revanche, le concepteur peut ajouter des questions supplémentaires visant à produire une seule réponse numérique ou montrer aux interviewers comment amener le répondant à préciser ses réponses. Autrement, le concepteur du questionnaire doit s'efforcer d'utiliser des questions fermées afin d'obtenir des réponses uniformes et de réduire le nombre de questions.

Dans les études préliminaires, les questions ouvertes constituent un moyen utile de générer des idées sur la façon dont les répondants voient le monde. Les mots et les phrases qu'utilisent les répondants peuvent servir à l'élaboration du questionnaire. En interrogeant plusieurs répondants, on peut aussi être plus en mesure d'établir une liste raisonnable de réponses pour une question structurée à choix multiples. Ainsi, une étude préliminaire fondée sur des questions ouvertes peut aider le concepteur du questionnaire à adopter un point de vue plus objectif et à formuler sa question d'une manière plus appropriée.

Les questions ouvertes peuvent aussi remplir diverses fonctions dans la version finale d'un questionnaire d'enquête. Elles s'inspirent du processus normal de la communication humaine. Elles peuvent servir à préparer le répondant au début d'une interview, à lui expliquer le sujet, à le mettre à l'aise. Ce genre de question permet au répondant de s'exprimer librement, ce qui peut l'inciter à continuer de participer à l'enquête.

#### 25. QUI A ASSUMÉ LES FRAIS DE SCOLARITÉ OU DE FORMATION?

- |  |   |                       |
|--|---|-----------------------|
| L'intéressé(e) ou sa famille .....             | 1 | <input type="radio"/> |
| L'employeur .....                              | 2 | <input type="radio"/> |
| Autre personne (précisez dans les Notes) ..... | 3 | <input type="radio"/> |
| Pas de frais de scolarité .....                | 4 | <input type="radio"/> |
| Ne sait pas .....                              | 5 | <input type="radio"/> |

Les questions ouvertes sont utiles quand on croit que certains répondants ne possèdent aucune connaissance d'un sujet et qu'une liste de réponses préparées à l'avance risquerait de susciter une réponse fautive, car certains enquêtés aiment mieux répondre n'importe quoi que de paraître ignorants.

Les demandes d'explications et de détails supplémentaires et la recherche de réponses plus complètes se font normalement à l'aide d'une série de questions ouvertes: "Pourriez-vous m'expliquer ce que cela veut dire?", "Pourquoi dites-vous cela?", etc. Après une suite continue de questions fermées, des questions ouvertes peuvent faciliter le déroulement de l'interview en variant le rythme.

Les questions ouvertes peuvent aussi servir de transition entre deux sujets différents dans un questionnaire.

Les questions ouvertes qui demandent une réponse descriptive, par exemple, au sujet de connaissances, d'expériences, d'attitudes ou de croyances, présentent un certain nombre de lacunes qui ressortent lorsqu'on veut coder les données pour l'analyse statistique:

Premièrement, il faut mettre au point une grille de codage ainsi qu'une méthode et une structure pour le codage. Le précodage dans le cas des questions fermées, en plus de supprimer cette étape, élimine les erreurs introduites lors du codage au bureau, quoique l'importance des erreurs de codage attribuables aux interviewers demeure inconnue.

Deuxièmement, le processus de codage suppose implicitement que les résultats de la répartition des réponses en catégories produisent des données qui peuvent être soumises à une analyse statistique, comme si elles provenaient de questions fermées, hypothèse incertaine. Les personnes réservées donnent souvent des réponses moins détaillées que les autres répondants, même si elles possèdent autant de connaissances et d'expérience. Les variations du degré de volubilité des répondants portent à croire que les réponses au questionnaire final reflètent inégalement l'expérience de chaque répondant, surtout quand le répondant lui-même est libre de répondre à sa guise, comme dans le cas des questions ouvertes.

Dans le cas des questions fermées ayant une liste complète de réponses possibles ou de catégories, le concepteur du questionnaire peut être certain que tous les répondants perçoivent la question dans le même cadre de référence. Il peut également être certain que les répondants ont tous eu à sélectionner une réponse à partir du même ensemble de possibilités. S'il n'est pas facile ou pratique de présenter une liste complète de réponses, on peut dresser une liste qui se termine par la catégorie "autre (PRÉCISER)" pour permettre aux interviewers de noter les réponses qui ne correspondent pas aux catégories prévues. Toutefois, une petite

proportion seulement de toutes les réponses devrait former la catégorie "autre (PRÉCISER)"; autrement, il faudra effectuer beaucoup de travail de codage et d'analyse.

Généralement, la liste est présentée aux répondants sous forme écrite. Dans les enquêtes téléphoniques, qui ne permettent pas d'utiliser cette méthode, la liste des choix doit être lue. Il peut alors être difficile de garder l'attention du répondant si la liste est trop longue.

Exprimer une réponse quantitative au moyen d'un intervalle précodé peut aider à rendre les questions délicates moins indiscretes. Par exemple, des questions sur la valeur exacte du revenu conduisent souvent à un refus de répondre et parfois à l'interruption de l'interview. Il pourrait suffire, pour les besoins de l'analyse, de demander au répondant d'indiquer seulement la tranche de revenu dans laquelle il se trouve. Il est même possible de montrer aux répondants une fiche qui permet de repérer les tranches de revenu à l'aide d'une lettre par exemple,

- A: moins de \$5,000 par année;
- B: \$5,000-\$9,999 par année;
- C: \$10,000-\$14,999 par année;

et on peut simplement demander la lettre qui correspond à la tranche appropriée. Une situation semblable peut se produire dans le cas des questions à réponse descriptive ou explicative qui portent sur des connaissances ou des expériences que certains répondants peuvent considérer comme des sujets délicats (par exemple, la santé, la planification de la famille). La présentation d'une liste bien conçue peut inciter un répondant à indiquer une réponse juste qu'il aurait hésité à exprimer en ses propres mots si on lui avait posé une question ouverte.

Les questions ouvertes sont en général moins efficaces dans les questionnaires remplis par les répondants eux-mêmes. Ceux-ci doivent en effet faire l'effort d'écrire leurs réponses, plutôt que de simplement cocher des cases. En outre, on ne peut exercer aucun contrôle sur les termes employés par les répondants, ni même sur la pertinence de la réponse. Souvent, des réponses substantielles en apparence sont en réalité incomplètes ou vagues. Parfois aussi, il est malaisé de déchiffrer l'écriture de certains répondants. On aboutit donc à des réponses moins complètes qu'avec des questions fermées.

Les principaux inconvénients des questions "fermées" sont qu'elles supposent que le concepteur du questionnaire peut prévoir les réponses les plus fréquentes et qu'elles peuvent "conditionner" le répondant.

Dans la rédaction des questions fermées, il faut veiller à ce que les catégories de réponse reflètent bien les caractéristiques ou les

expériences des répondants. Quand une question demande un renseignement quantitatif, les catégories prévues doivent correspondre à une distribution "raisonnable" des réponses en fonction des objectifs de la question, des analyses qui doivent être appliquées aux résultats et des connaissances préalables qu'on possède grâce à d'autres sources consultées au sujet de la répartition des valeurs de la variable étudiée.

Dans le cas des tranches de revenu, par exemple, il pourrait être raisonnable de préciser cinq ou six tranches dont chacune représenterait à peu près un cinquième ou un sixième des répondants. Cependant, si une analyse doit être faite à l'échelle régionale du pays, l'utilisation de tranches de revenu conçues en fonction des moyennes nationales peut produire des distributions fortement asymétriques là où il existe des variations régionales, ce qui affaiblira la portée analytique des modèles fondés sur ces données. Il peut alors falloir créer beaucoup plus de cinq tranches de revenu en prévoyant la possibilité de combiner certaines tranches différemment pour chaque région.

On dispose parfois d'études antérieures comprenant des réponses à des questions ouvertes. Lorsqu'on utilise ces sources pour dresser une liste de catégories de réponses, il faut bien reproduire les mots employés par les répondants. Le concepteur du questionnaire ou l'analyste doit éviter d'inclure des descriptions techniques que le répondant risque de trouver incompréhensibles ou sans intérêt. S'il n'existe pas d'études antérieures, il est très utile de mener une enquête préliminaire à petite échelle où l'on pose des questions ouvertes simplement pour constituer une source de réponses afin d'élaborer des listes pour des questions fermées.

Si l'on présente au répondant une liste de réponses à une question sur ses connaissances ou ses expériences, il est possible que cette liste contienne des réponses auxquelles le répondant n'aurait pas pensé ou qu'il considère comme inutiles. En outre, certains répondants veulent souvent paraître bien informés ou intelligents. Cette réaction peut les inciter à

choisir des réponses qui donnent l'impression qu'ils ont plus d'expérience ou de connaissances qu'en réalité.

### Types de questions fermées

Les trois formes les plus simples de questions fermées sont les questions "dichotomiques", les questions "à choix multiples" et les questions "avec réponses à cocher". Tel qu'il a été mentionné plus haut, la sorte la plus fréquente de questions "dichotomiques", comme "Est-ce que vous avez fumé des cigarettes hier?" prévoit soit "oui", soit "non" comme réponse.

Les questions "à choix multiples" demandent au répondant de choisir une seule réponse à partir d'une liste de trois catégories ou plus. À la question "avec réponses à cocher", le répondant doit choisir au moins une réponse dans une liste de deux réponses ou plus quand, à cause de la nature du sujet abordé et de la question, il est logiquement possible de donner plusieurs réponses. Pour que cela soit clair pour le répondant, les questions avec réponses à cocher comportent souvent l'instruction "Choisissez une réponse ou plus" ou "Choisissez autant de réponses que nécessaire". La question 82 qui figure au début, "Questions ouvertes et questions fermées" est une question avec réponses à cocher. L'interviewer doit s'arrêter après avoir lu chaque élément pour obtenir un "oui" ou un "non". Il n'est parfois pas évident à première vue si une question est à choix multiples ou comprend une liste de réponses à cocher. Il peut falloir inclure des instructions à l'intention des interviewers ou des répondants afin de clarifier la nature de la question. Il peut également être utile d'ajouter une question ouverte du type "Y a-t-il autre chose?"

Les trois types de questions fermées sont illustrés ci-dessous. Les exemples sont tirés d'une enquête menée en 1983 par Statistique Canada sur les attitudes et les motivations à l'égard du tourisme. Il s'agissait des questions 22, 21 et 29.

#### Question dichotomique

22. AVANT D'ENTREPRENDRE CE VOYAGE, AVEZ-VOUS ESSAYÉ D'OBTENIR DES RENSEIGNEMENTS SUR VOTRE DESTINATION?

Oui

Non  *Passez à 25*

Question à choix multiples

## 21. QUAND AVEZ-VOUS CHOISI LA DESTINATION DE CE VOYAGE?

- |                                  |                          |                                 |                          |
|----------------------------------|--------------------------|---------------------------------|--------------------------|
| Durant le voyage . . . . .       | 01 <input type="radio"/> | 4 semaines avant . . . . .      | 08 <input type="radio"/> |
| Le jour même du départ . . . . . | 02 <input type="radio"/> | 5 à 7 semaines avant . . . . .  | 09 <input type="radio"/> |
| 1 à 3 jours avant . . . . .      | 03 <input type="radio"/> | 2 à 3 mois avant . . . . .      | 10 <input type="radio"/> |
| 4 à 6 jours avant . . . . .      | 04 <input type="radio"/> | 4 à 6 mois avant . . . . .      | 11 <input type="radio"/> |
| 1 semaine avant . . . . .        | 05 <input type="radio"/> | 7 à 11 mois avant . . . . .     | 12 <input type="radio"/> |
| 2 semaines avant . . . . .       | 06 <input type="radio"/> | 12 mois ou plus avant . . . . . | 13 <input type="radio"/> |
| 3 semaines avant . . . . .       | 07 <input type="radio"/> |                                 |                          |

Question avec réponses à cocher

## 29. DANS QUEL(S) GENRE(S) D'ÉTABLISSEMENT(S) AVEZ-VOUS SÉJOURNÉ DURANT CE VOYAGE? (FAITES UN "X" DANS TOUS LES CERCLES APPROPRIÉS.)

- |   |                         |   |                         |
|---|-------------------------|---|-------------------------|
| Chez des amis/des parents . . . . .               | 1 <input type="radio"/> | Terrain de camping ou parc pour roulottes . . . . . | 5 <input type="radio"/> |
| Hôtel/motel/maison de villégiature/camp . . . . . | 2 <input type="radio"/> | Bateau de croisière . . . . .                       | 6 <input type="radio"/> |
| Maison pour touristes . . . . .                   | 3 <input type="radio"/> | Chalet ou cabine privés . . . . .                   | 7 <input type="radio"/> |
| Chalet ou cabine loués . . . . .                  | 4 <input type="radio"/> | Autre (précisez) _____                              | 8 <input type="radio"/> |

Il existe un autre genre de question fermée, qui demande aux enquêtés de classer une série d'options en fonction d'un critère. Voici un exemple:

Voici une liste de raisons possibles pour lesquelles vous achetez vos aliments au magasin que vous fréquentez normalement. Classez-les par ordre d'importance en inscrivant un "1" à côté de la raison qui vous semble la plus importante, un "2" à côté de celle qui vient en deuxième place et ainsi de suite.

- Le magasin est bien situé, proche de la maison ou du travail
- Les prix sont bas
- La qualité est bonne
- Il est possible d'acheter à crédit
- Le magasin offre un bon choix de produits
- Les heures d'ouverture du magasin sont commodes

**Mise en garde**Importance d'offrir des choix exhaustifs et mutuellement exclusifs

La validité des données provenant des questions fermées repose sur une hypothèse: les options ou les choix offerts doivent être

exhaustifs et mutuellement exclusifs. Ainsi, les données obtenues à l'aide de la question suivante n'auraient pas beaucoup de sens:

"Quel âge avez-vous?"

- 20-30
- 30-40
- 40-50
- 50 ou plus

Les catégories ci-dessus ne sont pas mutuellement exclusives. Si c'est l'interviewer qui remplit le questionnaire et qu'il reçoit comme réponse "30 ans", deux catégories peuvent être cochées et aucune directive n'indique la façon de se sortir de ce dilemme. Il est impossible de prévoir la manière dont les interviewers répartiraient ce chiffre entre les intervalles "20-30 ans" et "30-40 ans". Le problème est le même pour les questionnaires remplis par les répondants.

En outre, les catégories de cet exemple ne sont pas exhaustives. Où l'interviewer ou le répondant doit-il inscrire la réponse si ce dernier a 18 ans?

Une façon d'améliorer cette liste de groupes d'âge serait la suivante:

- Moins de 20

- 30-39
- 40-49
- 50 ou plus
- aucune réponse, refus
- inconnu.

Il est parfois difficile d'être certain que les catégories de réponse sont mutuellement exclusives, surtout dans le cas de questions sur des connaissances ou des expériences. Il peut être nécessaire de faire des essais et d'autres travaux d'élaboration pour obtenir une classification qui, du point de vue de la plupart des répondants, ne semblera pas contenir des chevauchements. Une liste peut devenir exhaustive si l'on ajoute une catégorie "autre" à la fin.

#### Questions à choix multiples

Parfois, on regroupe les fréquences établies à partir des réponses à une question à choix multiples. Par exemple, on peut demander à un répondant s'il participe à une activité ou vit une certaine expérience et selon quelle fréquence: "très souvent", "assez souvent", "pas très souvent" ou "très peu souvent". Par la suite, les données des deux premières et des deux dernières catégories peuvent être regroupées afin d'obtenir seulement deux catégories: "souvent" et "pas souvent".

Cependant, si les données doivent être regroupées par la suite, pourquoi ne pas utiliser une question dichotomique au départ? N'est-il pas préférable d'employer la méthode la plus simple pour vérifier une hypothèse donnée?

En général, il est effectivement préférable de formuler des questions aussi simplement que possible. Mais il se peut toujours que la combinaison prévue de catégories de réponse s'avère peu satisfaisante, voire fautive pour les besoins d'analyse, une fois qu'on connaît les résultats de la question qui offre une gamme de choix détaillée. En outre, les répondants peuvent se sentir découragés si on ne leur présente pas ce qu'ils considèrent comme un choix assez varié. Ils préfèrent pouvoir indiquer plus de nuances dans le comportement ou l'expérience que ne le permet une question dichotomique. Il peut donc falloir, pour que les répondants continuent de s'intéresser à l'enquête, présenter plus de deux options, quelle que soit la classification prévue pour l'analyse.

#### Questions avec réponses à cocher

Une question avec réponse à cocher convient le mieux lorsqu'un répondant peut donner plus d'une réponse "valable". On lui pose une série

de questions auxquelles il doit répondre "oui" ou "non", pour connaître toutes les réponses qui s'appliquent à son cas.

Dans la plupart des analyses statistiques de réponses cochées, il est supposé:

- que les options présentées sont distinctes, c'est-à-dire qu'elles ne font pas double emploi (autrement, un répondant peut choisir deux catégories pour représenter une seule réponse et celle-ci sera comptée deux fois);
- que les options sont indépendantes (le fait de choisir une réponse ne devrait en aucune façon obliger le répondant à choisir ou à ne pas choisir une autre option);
- que tous les répondants se sentent contraints au même nombre d'options possibles. On doit dire aux répondants de choisir autant de réponses que nécessaire, et les interviewers peuvent demander "Y-a-t-il autre chose?" après chaque choix jusqu'à ce que le répondant arrête d'ajouter des réponses.

#### Questions avec classement

Lorsqu'on envisage d'utiliser des questions avec classement, il faut songer aux difficultés particulières qu'elles présentent sur le plan de l'analyse. Non seulement il y a plusieurs méthodes d'analyse des réponses classées, mais encore chaque méthode peut produire des résultats différents. Il est donc essentiel de bien définir la question à laquelle l'analyse est censée répondre. Voici deux mesures susceptibles de présenter un intérêt pour l'analyse:

- fréquences des options désignées comme premier choix. Pour quel pourcentage des gens l'option X est-elle désignée comme le choix préféré ou l'activité la plus fréquente, c'est-à-dire désignée comme premier choix dans le classement? Quelle est la position de l'option X par rapport aux autres?
- préférence d'après l'ensemble des rangs accordés. Quel est le rang moyen obtenu par l'option X? Quelle est la position de l'option X par rapport aux autres?

Lorsqu'on fait la moyenne des rangs attribués, on suppose que ces derniers se trouvent sur une "échelle d'intervalles", c'est-à-dire que l'intervalle entre le rang 1 et le rang 2 est perçu comme étant égal à l'intervalle entre le rang 2 et le rang 3, le rang 3 et le rang 4, et ainsi de suite. Seule cette équivalence des distances donne un sens au calcul des moyennes.

Toutefois, il est peu probable qu'une liste de choix à classer soit perçue par un grand nombre de répondants comme formée d'éléments équidistants les uns des autres. Le plus souvent, les répondants considéreront un ou deux

éléments comme nettement supérieurs à tous les autres, et peut-être un ou deux comme nettement inférieurs à tous les autres, et se montreront indifférents quant au reste.

Si l'hypothèse d'équidistance des rangs apparaît incertaine dans un contexte particulier, il faudra mieux limiter l'analyse à des comptes de fréquences, sans faire d'opérations d'addition ou de multiplication sur les rangs numériques.

Plusieurs autres difficultés peuvent se présenter dans l'interprétation des réponses, et ces problèmes sont souvent attribuables à des erreurs dans les questions avec classement. Un répondant peut considérer deux options comme étant toutes les deux en première place et répondre donc deux fois par le chiffre 1. Il peut aussi classer trois éléments d'une liste de six éléments et ne rien indiquer pour les trois autres. Ou encore, ne comprenant absolument pas ce qu'on lui demande, le répondant peut mettre un crochet vis-à-vis une ou plusieurs options. Ce genre d'erreur est parfois dû au fait que l'interviewer n'a lu au répondant qu'une seule fois la liste d'éléments à classer. Le répondant doit alors se rappeler toute la liste pour pouvoir faire le classement. L'effort excessif de mémoire que les questions avec classement exigent rendent ces questions généralement peu efficaces dans les cas où on les lit seulement à haute voix au répondant. Pendant qu'il pose la question, l'interviewer doit montrer au répondant une fiche récapitulative qui présente tous les éléments à classer. Dans les questionnaires remplis par le répondant, par contre, ce dernier peut examiner la liste aussi longtemps qu'il le désire. Ce n'est pas le cas toutefois dans les enquêtes téléphoniques. En effet, comme on ne peut rien montrer au répondant, les questions avec classement présentent généralement peu d'intérêt.

#### **Décision d'utiliser des questions ouvertes ou fermées**

Il n'existe pas d'ensemble de règles simples pour décider s'il est plus approprié d'utiliser une forme ouverte ou fermée pour une question ou une série de questions donnée. Tel qu'il a été mentionné plus haut, chacun de ces deux types de questions présente ses propres avantages et inconvénients. Il faut tenir compte des divers facteurs qui peuvent influencer sur le style d'interrogation: les objectifs de chaque question et de l'enquête elle-même, la place de chaque question dans le questionnaire, le niveau probable de connaissances ou d'expériences des répondants, le degré de connaissance préalable des schémas de réponse possible à partir d'autres sources, la disponibilité et les compétences des répondants, des interviewers, des vérificateurs, des codeurs et des personnes chargées de la saisie des données, les res-

sources disponibles pour former le personnel, ainsi que la méthode de collecte des données et ainsi de suite. L'importance relative de chacun de ces facteurs varie d'une enquête à l'autre, d'un sujet à l'autre ou même d'une question à l'autre dans une enquête.

Quand un genre de question semble présenter autant d'avantages que d'inconvénients, il vaut probablement mieux choisir une question fermée. Si les catégories de réponse sont bien conçues du point de vue du répondant et de l'analyste, c'est la facilité de poser et de dépouiller les questions fermées qui s'avère souvent le facteur décisif. Bien entendu, cela requiert plus de travail d'élaboration pour bien formuler des questions fermées, et les versions préliminaires de questionnaires comprennent souvent davantage de questions ouvertes que ceux des enquêtes périodiques courantes. Ces enquêtes ont l'avantage de permettre l'élaboration (ou l'amélioration) de questions fermées en fonction de l'expérience acquise dans les travaux antérieurs de mise au point.

#### **Échelles d'attitude**

On ne se propose pas, dans le présent guide, d'analyser de manière approfondie les problèmes que pose l'élaboration des échelles d'attitude. Il existe une documentation très abondante sur la mesure des attitudes, dans laquelle on peut trouver de nombreux exemples d'échelles spécialisées dont on se sert en psychologie (par exemple, pour mesurer la sociabilité, le sentiment d'impuissance, etc.). Il importe de souligner que le processus d'élaboration d'une échelle efficace de mesure des attitudes exige beaucoup de temps. Il se peut qu'il faille vérifier et modifier une échelle à plusieurs reprises avant qu'elle soit acceptable (c.-à-d., qu'elle mesure réellement l'attitude que le chercheur croit observer). En général, on doit s'assurer que les éléments d'une échelle d'attitude sont suffisamment indépendants les uns des autres (à l'aide de méthodes statistiques comme l'analyse factorielle et l'analyse discriminante). Sinon, il est possible que le concepteur mesure involontairement la même attitude plusieurs fois, en incluant par exemple dans une échelle des termes qui semblent mesurer des choses différentes, mais qui, dans l'esprit des répondants, ont la même signification. Plutôt que de tenter d'élaborer sa propre échelle, un concepteur aurait avantage à en utiliser une déjà élaborée, mise à l'essai et validée par quelqu'un d'autre.

Un second problème qui se pose avec tous les types de questions mesurant des attitudes, c'est l'ampleur du biais dû aux réponses socialement acceptables et polies. Des questions ouvertes dans lesquelles on demande d'abord "Qu'est-ce qui vous plaît dans...?",

puis "Qu'est-ce qui vous déplaît?" suscitent en général des réponses beaucoup plus étoffées dans leur premier volet que dans leur deuxième. La réticence des répondants à indiquer à un interviewer que quelque chose leur déplaît peut donner une impression faussée des attitudes "réelles". C'est seulement en faisant des analyses comparatives (par exemple, rapport entre les commentaires positifs et négatifs pour l'élément A comparativement à l'élément B), ou en forçant les répondants à exprimer une préférence et à expliquer cette préférence, qu'on peut obtenir une image plus précise des attitudes réelles.

Lorsqu'on pose des questions mesurant des attitudes, on constate un biais du fait que l'évaluation moyenne a généralement tendance à se situer du côté positif par rapport au point central neutre. Encore une fois, toute analyse doit être comparative; on doit examiner, par exemple, l'évaluation moyenne de cette année par rapport à celle de l'an dernier, ou encore les répondants de sexe masculin par rapport à ceux du sexe féminin, etc. Il pourrait être trompeur de conclure qu'une évaluation moyenne est "favorable" sans faire de comparaison avec une valeur repère ou une évaluation moyenne type.

Certaines échelles d'attitude sont largement répandues. On trouvera dans les pages qui sui-

vent une description de quelques échelles parmi les plus connues. Ces échelles portent en général le nom de la personne qui les a conçues.

#### **Échelle de Thurstone: agencement de questions dichotomiques**

Pour utiliser l'échelle de Thurstone, on présente au répondant une liste d'énoncés et on lui demande d'indiquer son accord ou son désaccord. L'échelle de Thurstone équivaut donc à un ensemble de questions dichotomiques. Voici un exemple dans lequel les énoncés portent sur la guerre (adapté de Thurstone (1932)).

On trouvera dans Oppenheim (1966) des détails sur la manière de traduire les réponses en notes. Parmi les domaines d'application de l'échelle de Thurstone, on peut mentionner la mesure des attitudes envers les groupes ethniques et culturels (MacCrone, 1937; Hinckley, 1932; Eysenck et Crown, 1949), les institutions sociales (Remmers, 1943), la guerre (Ducycha, 1943; Ferguson, 1935), les candidats politiques (Beyle, 1932) et la religion (Granneberg, 1955).

Exemple: Indiquez, à l'aide d'un crochet, si vous êtes d'accord ou pas d'accord avec chacun des énoncés qui suivent.

	D'accord	Pas d'accord
1. La guerre est une lutte futile qui mène à l'auto-destruction	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Nous ne voulons plus de guerre s'il est possible de l'éviter sans déshonneur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. La guerre est parfois nécessaire parce que les droits sont plus importants que la paix	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. La guerre est glorieuse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

#### **Échelle de Likert: agencement de questions à choix multiples**

L'échelle de Likert, comme celle de Thurstone, est constituée d'un ensemble d'énoncés. Le répondant examine les énoncés et indique dans quelle mesure chacun de ces derniers correspond à son opinion.

La différence principale entre les méthodes de Thurstone et de Likert réside dans le nombre

d'options de réponse qu'on offre en regard de chaque énoncé. Dans l'échelle de Thurstone, seules deux réponses sont possibles; dans celle de Likert, il y en a habituellement au moins cinq. Le répondant n'indique pas seulement s'il est d'accord ou non, mais aussi le degré de son accord ou de son désaccord. Dans l'exemple ci-dessous, on présente une échelle de Likert comportant des énoncés sur la glorification du sport (adapté d'une étude sur les athlètes menée par Jones (1972)).

	Tout à fait d'accord	D'accord	Sans opinion	En désaccord	Tout à fait en désaccord
L'important n'est pas la manière dont on joue, mais si on gagne ou on perd	<input type="checkbox"/>				
Un athlète est un gentleman qui représente son école	<input type="checkbox"/>				
Il y a des champions de toutes tailles	<input type="checkbox"/>				
Gagner n'est pas tout ce qui compte, c'est la seule chose qui compte	<input type="checkbox"/>				

Le résultat de l'application de l'échelle de Likert est une note numérique calculée à partir des réponses fournies à tous les énoncés. Une telle note n'a de sens que lorsqu'on la compare avec celles d'autres répondants. Le lecteur trouvera dans Likert (1932) la description originale de la méthode. Des analyses plus récentes sont présentées dans Oppenheim (1971), Boyd, Westfall et Stasch (1981) et Scott (1968).

**Échelle de Guttman: cas particulier de la question avec réponses à cocher**

L'échelle de Guttman représente une application particulière de la question avec réponses à cocher. Chacun des énoncés exprime un degré d'intensité croissant de la même attitude. L'exemple le plus connu d'une échelle de Guttman est tiré d'une étude qui a été faite en vue de mesurer les attitudes des gens vis-à-vis des groupes raciaux. La question était la suivante:

"Lesquels des liens suivants seriez-vous prêt à établir avec un membre de la communauté ethnique \_\_\_\_\_?"

- Parenté étroite par voie de mariage
- Amis personnels membres du même club
- Voisins demeurant sur la même rue
- Emploi dans la même profession
- Citoyenneté du pays

Visiteur au pays

Aucune de ces réponses. Les membres de ce groupe ne devraient pas être admis au pays.

L'aspect intéressant réside évidemment dans le **seuil limite** du répondant. En effet, comme les énoncés sont présentés en ordre décroissant d'intensité d'une variable, un répondant devrait normalement cocher tous les énoncés qui se trouvent au-dessous de son seuil limite.

On trouvera dans Guttman (1950) la théorie complète et les méthodes d'établissement des échelles. Certaines applications sont en outre présentées dans Podol et Perkins (1957), Wallin (1953) et Clark et Kreidt (1948).

**Mesure conjointe: agencement de questions avec classement**

La mesure conjointe est un mode d'évaluation des attitudes dont on n'a pas encore fini d'explorer les possibilités. La méthode repose sur la capacité du répondant à classer un ensemble d'options; grâce aux réponses fournies, on peut attribuer une "valeur" relativement précise à chaque option. Voici un exemple:

Supposons que vous envisagiez l'achat d'une maison et que les trois maisons ci-dessous vous étaient offertes. En vous basant sur ces descriptions très succinctes, veuillez indiquer la maison que vous choisiriez en premier, en deuxième et en troisième. Inscrivez "1" sous la description de la maison qui constitue votre premier choix, "2" sous votre deuxième choix, et ainsi de suite.

Maison A

Grandeur des pièces: plutôt grandes

Nombre de pièces: 7

Prix: \$60,000

Endroit: banlieue

Votre classement

Maison B

Grandeur des pièces: plutôt petites

Nombre de pièces: 9

Prix: \$70,000

Endroit: centre-ville

Votre classement

Maison C

Grandeur des pièces: plutôt grandes

Nombre de pièces: 9

Prix: \$85,000

Endroit: en dehors de la région métropolitaine

Votre classement

Une fois que les répondants ont fait plusieurs choix de ce genre, dans lesquels chaque option incorpore des variantes de certains éléments (grandeur des pièces, prix, etc.), une analyse statistique permet d'établir:

- l'importance relative des différents facteurs (grandeur des pièces, prix, etc.) dans les choix globaux des répondants;
- la valeur relative des niveaux individuels de chaque facteur (par exemple, la valeur des grandes pièces comparativement aux petites pièces);
- la valeur numérique globale de chaque choix possible (maisons A, B et C) qui indique l'attrait que ce choix exerce par rapport aux autres.

L'avantage évident que présente la technique de la mesure conjointe, c'est qu'elle simule

des situations réelles, dans lesquelles les consommateurs doivent soupeser les avantages et les inconvénients de diverses options et souvent trouver un compromis.

Les méthodes analytiques détaillées sur lesquelles cette technique est fondée sont énoncées dans Green et Rao (1971) et Johnson (1974).

**Différentiateur sémantique: agencement de questions avec échelles d'évaluation**

Le différentiateur sémantique est une méthode de mesure des attitudes qui consiste à présenter au répondant un concept (par exemple, un objet) et à lui demander d'inscrire une cote sur des échelles d'évaluation couvrant plusieurs dimensions. Chaque échelle est formée aux deux extrémités de termes antithétiques, comme sensation de fraîcheur et sensation de chaleur, douces et fortes, etc. Voici un exemple:

Cigarettes de marque X

	Évaluation							
	1	2	3	4	5	6	7	
Sensation de fraîcheur	<input type="checkbox"/>	Sensation de chaleur						
Épaisses	<input type="checkbox"/>	Minces						
Douces	<input type="checkbox"/>	Fortes						
Masculines	<input type="checkbox"/>	Féminines						
Savoureuses	<input type="checkbox"/>	Sans goût						
Spéciales	<input type="checkbox"/>	Ordinaires						

Le différentiateur sémantique ne donne pas comme résultat une note unique pour chaque répondant, mais plusieurs notes. Il y a d'abord une note (1 à 7) selon chacune des dimensions. Toutefois, l'analyse statistique (habituellement, l'analyse factorielle) des différentes réponses produit un ensemble plus restreint de notes, ce qui permet d'isoler les variables les plus importantes.

Les différentiateurs sémantiques sont utiles lorsqu'on croit qu'il ne suffit pas d'une dimension pour mesurer une attitude "complexe" d'un répondant, et qu'on désire établir des comparaisons entre plusieurs objets. En choisissant avec soin les termes antithétiques, on peut parvenir à découvrir comment des perceptions et des sentiments particuliers contribuent à l'attrait émotionnel global d'un objet donné.

## Chapitre 3

### PRODUCTION DU QUESTIONNAIRE

#### Introduction

Une fois les décisions arrêtées quant au genre de questions et à la formulation, il faut passer à d'autres aspects de l'élaboration du questionnaire: la présentation matérielle du questionnaire et l'impression.

Bien que ces sujets soient traités séparément dans la présente étude, il est bien évident que la plupart des concepteurs les examinent en même temps qu'ils étudient la formulation des questions (comme ils le font pour pratiquement toutes les étapes de la conception). En fait, une bonne partie de la description des genres de questions et des problèmes de formulation comportait déjà, par exemple, des détails sur la présentation matérielle du questionnaire.

#### Présentation

Il y a plusieurs principes qu'il vaut la peine d'appliquer lorsqu'on élabore la présentation matérielle d'un questionnaire. On peut ainsi réduire au minimum les erreurs des interviewers et des préposés à la vérification, au codage et à l'introduction des données au clavier, ou encore des personnes chargées de transcrire les réponses des questionnaires avant la saisie des données. Ces principes ont trait à l'utilisation des abréviations et de la ponctuation, à la justification des listes, à la disposition des espaces, ainsi qu'à divers aspects typographiques et graphiques.

#### Abréviations et ponctuation

Il faut éviter les abréviations à moins qu'elles ne soient très courantes et vraisemblablement connues de tous les répondants, ou à moins qu'elles n'aient été auparavant bien définies au cours de l'interview. Les termes importants doivent être soulignés ou imprimés en caractères gras, afin que tous les interviewers mettent l'accent au même endroit et que tous les répondants interprètent la question de la même façon.

"Reportons-nous maintenant à la **semaine dernière**.  
Avez-vous...?"

On peut ainsi mettre l'accent plus efficacement sur un changement de la période de référence.

Il faut utiliser avec précaution les virgules, les deux-points et les tirets. S'ils ne sont pas bien placés, ils peuvent causer des arrêts dans le débit verbal de l'interviewer et inciter le répondant à donner sa réponse trop vite, avant que la question ne soit terminée.

#### Disposition des catégories de réponse

Les espaces réservés aux réponses courtes (par exemple, crochet ou nombre) peuvent utilement être justifiés à la marge plutôt que disposés ici et là sur la page. Il est plus facile de totaliser les réponses de les vérifier et de les coder lorsque elles sont alignées l'une sous l'autre.

44. a) Dans cet emploi, travailliez-vous principalement:

02  pour un salaire, un traitement, des pourboires ou à commission?

03  sans rémunération, pour un parent dans une entreprise ou ferme familiale?

04  à votre compte sans aide rémunérée?

05  à votre compte avec aide rémunérée?

▶ Passez à la question 45

▶ Continuez avec la question 44 b)

■ b) Si vous travailliez à votre compte, votre ferme ou entreprise était-elle constituée en corporation?

06  Non

07  Oui

45. a) Pendant combien de semaines avez-vous travaillé en 1980 (sans compter les travaux ménagers ou d'entretien chez-vous)?

■ Comptez toutes les semaines au cours desquelles:

- vous avez travaillé à plein temps ou à temps partiel;
- vous étiez en vacances ou en congé de maladie payé;
- vous avez travaillé à votre propre compte.

08  Aucune ▶ Passez à la question 46

OU

09  Semaines

b) Pendant ces semaines, avez-vous travaillé surtout à plein temps ou à temps partiel?

Cochez une seule case

10  À plein temps

11  À temps partiel

Il arrive parfois que le questionnaire ne se prête pas à une justification des catégories de réponse. C'est le cas par exemple lorsqu'il y a un grand nombre de questions sous forme de listes; si ces dernières étaient placées les unes sous les autres, on obtiendrait un questionnaire comprenant de nombreuses pages, dont plusieurs auraient la moitié pratiquement inutilisée.

Le questionnaire deviendra trop volumineux, ce qui pourra créer des problèmes d'impression et de manipulation.

Il semble préférable, dans un tel cas, de présenter les catégories de réponse sous forme d'une matrice ou d'un tableau. En même temps, le concepteur du questionnaire peut prévoir sur chaque page une colonne (de 2 ou 3 centimètres de large par exemple) dans la marge de droite qui portera l'en-tête "à l'usage du bureau". Cette colonne pourra comprendre des cases de codage dans lesquelles les codes prévus des réponses fournies peuvent être inscrits, soit par les interviewers, soit par des préposés au codage ou au codage-vérification.

Même si la saisie se fait directement à partir de la matrice, il faut généralement disposer de cases pour l'inscription des codes dans le cas des questions descriptives ouvertes (par exemple, les professions). On trouvera ci-après un exemple tiré du recensement du Canada, 1981 (dans ce cas, le questionnaire était rempli par le répondant, mais la disposition aurait pu convenir aussi bien à un questionnaire rempli par l'interviewer).

41. **NOTA:** Les questions 41 à 44 portent sur votre emploi ou travail de la semaine dernière, ou, si vous n'en aviez pas, sur l'emploi que vous avez occupé le plus longtemps depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1980. Si vous aviez plus d'un emploi la semaine dernière, prenez celui auquel vous avez travaillé le plus grand nombre d'heures.

a) Pour qui avez-vous travaillé?

-----  
 Nom de l'entreprise, de l'organisme public, etc.

-----  
 Service ou ministère, direction, division, section ou usine

b) Quelle est la nature de l'entreprise, de l'industrie ou du service?

-----  
*Donnez une description complète. Par ex., fabrication de boîtes en carton, construction de routes, magasin de chaussures au détail, école secondaire, ferme laitière.*

32

---

42. À quelle adresse avez-vous travaillé? Si vous n'aviez pas de lieu de travail habituel, consultez le Guide.  
 Cochez une seule case

33  À domicile (y compris les personnes habitant la ferme où elles travaillaient)

34  En dehors du Canada

35  À l'adresse suivante (précisez) →

-----  
 Numéro Rue  
*Si vous ne connaissez pas l'adresse, donnez le nom de l'immeuble ou du centre commercial, l'intersection de rues, etc.*

-----  
 Ville, village, canton ou autre municipalité

**Important:** Si vous travaillez dans une municipalité de banlieue, précisez le nom de cette municipalité et non celui de la ville principale.

-----  
 Comté Province ou territoire

36     37  38

Espace

Il faut prévoir suffisamment d'espace sur le questionnaire, afin d'éviter qu'il ne soit trop encombré. En effet, si l'espace n'est pas suffisant, il y a danger que les interviewers manquent des instructions ou des questions, ou qu'ils inscrivent les réponses de manière confuse (en empiétant, par exemple, sur l'espace réservé à une autre réponse). Il vaut mieux gaspiller un peu d'espace que d'encombrer inutilement un questionnaire. En gros, il faut prévoir 1 cm pour l'inscription de deux chiffres dans le cas d'une question numérique. Il faut surtout prévoir un espace suffisant pour les réponses de nature descriptive, notamment dans le cas des questions du genre "autre (PRÉCISER)" en fin de liste. S'il n'y a pas assez de place, les interviewers auront tendance à modifier ou à abrégier les réponses données par les répondants, ou encore à n'inscrire qu'une partie de leur réponse. Ils pourront ainsi omettre des éléments qui ne leur paraissent pas dignes de mention, mais que les utilisateurs de l'enquête peuvent juger importants. De même, dans les cas où les répondants remplissent eux-mêmes le questionnaire, les réponses pourront être abrégées de manière à s'ajuster à l'espace fourni.

Si un questionnaire qui paraît encombré doit être utilisé pendant une longue période, les interviewers et les autres utilisateurs auront le temps de s'habituer à sa disposition et le trouveront tout à fait convenable. L'exemple qui suit, tiré du profil de la population actuelle, 1982, illustre cette dernière observation. Le questionnaire est rempli par un interviewer, soit sur place soit par téléphone.

Disposition des espaces de réponse

L'espace de réponse réservé à une question doit être facilement repérable. Voici un exemple, dans le cas d'une question sur les catégories d'âge, qui montre le genre de confusion que peuvent entraîner des espaces de réponse trop rapprochés:

\_\_\_\_\_ moins de 20      \_\_\_\_\_ 20-34      \_\_\_\_\_ 35-49  
 \_\_\_\_\_ 50-64      \_\_\_\_\_ 65 et plus.

Si la catégorie d'âge du répondant est l'une des catégories du milieu de la liste, il y a danger que l'interviewer fasse son crochet à droite plutôt qu'à gauche. Même si les espaces de réponse se trouvaient à droite des questions, il y aurait encore des risques de confusion. Et le danger d'erreur est encore plus grand lorsque le répondant remplit lui-même le questionnaire. On aurait avantage dans un tel cas à prévoir une ligne distincte pour chaque catégorie, ou encore, si ce n'est pas possible, à les espacer comme ceci:

moins de 20  , 20-34  , 35-49  ,  
 etc.



## SONDAGE SUR LES EMPLOYÉS DE LA FONCTION PUBLIQUE

(confidentiel une fois rempli)

Ce questionnaire doit être rempli seulement par les autochtones, les personnes handicapées et les membres des minorités visibles. Veuillez lire attentivement les questions 1 à 3 en vue de déterminer votre appartenance à l'un de ces groupes.

Ces renseignements sont fournis de plein gré; ils ne seront pas utilisés quand des décisions touchant le domaine du personnel devront être prises concernant des particuliers. Ces renseignements seront complétés par des données provenant d'autres dossiers et serviront à analyser et à surveiller la situation et l'évolution des groupes concernés sous l'angle de la répartition régionale et professionnelle, de la formation et de la mobilité. Ces renseignements seront conservés pendant 10 années dans la banque de renseignements personnels CT-C-P110. En vertu de la Loi sur la protection des renseignements personnels vous avez le droit d'accès à l'information qui vous concerne et le droit de protection de ces mêmes renseignements.

## 1. Veuillez cocher la case appropriée:

- 1  Inuit      2  Métis      3  Indien non inscrit      4  Indien inscrit

2. Veuillez indiquer si vous avez un handicap permanent relié à:  
(cocher plus d'une case s'il y a lieu)

- 11  La coordination ou à la dextérité      12  La mobilité      13  La parole      14  L'épilepsie      15  La déficience mentale
- La vue ➤ 16  Aveugle      17  Presque aveugle
- L'ouïe ➤ 18  Malentendant      19  Sourd

## 3. Vous considérez-vous comme étant: (cocher plus d'une case s'il y a lieu)

- i) D'origine africaine (Noir)      41  Ce groupe comprend les Antillais, les Canadiens et les Américains

## ii) D'origine asiatique

- 42  Du Bangla desh      43  Du Cambodge      44  Des Antilles      45  De la Chine      46  De l'Inde  
47  Du Japon      48  De la Corée      49  Du Laos      50  Du Pakistan  
51  Des Philippines      52  Du Viêt-nam      53  Autre (préciser) \_\_\_\_\_

- iii) D'origine océanienne      54  Ce groupe comprend les Polynésiens, les Mélanésiens, les Micronésiens, etc.

- iv) D'origine mixte: africaine et/ou asiatique et/ou océanienne      55

Si l'un ou plusieurs de ces cas s'appliquent à vous, remplissez la partie suivante et envoyez ce questionnaire au Secrétariat du Conseil du Trésor, Ottawa, dans l'enveloppe ci-jointe.

4. Nom de famille

5. Initiales

6. N° d'assurance sociale  
(facultatif)

7. Ministère (par ex.: Ministère de la Défense Nationale, Transports Canada, etc.)

8. Classification  
Groupe      Sous-groupe      Niveau

9. Lieu de travail: (s.v.p. cocher une seule case)

- 35  Ont.      12  N.-É.      13  N.-B.      10  T.-N.      61  T.N.-0.      24  Québec      48  Alb.  
47  Sask.      11  Î.-P.-É.      60  Yukon      59  C.-B.      46  Man.      99  À l'étranger

RÉSERVÉ À L'USAGE DU BUREAU

CTC 330-249 (Rev. 85/2)



Même si les espaces de réponse sont disposés en colonne et justifiés à droite, il pourra se produire des erreurs si les questions se trouvent trop loin des espaces correspondants. Par exemple, il y a risque que l'oeil de l'interviewer glisse une ligne trop haut ou une ligne trop bas dans un cas comme celui-ci:

Moins de 20	<input type="checkbox"/>
20-34	<input type="checkbox"/>
35-44	<input type="checkbox"/>
45-54	<input type="checkbox"/>

Si on ne peut éviter une telle séparation entre les descriptions des catégories et les espaces réservés aux réponses, une ligne pointillée pourra se révéler utile.

55-64 .....	<input type="checkbox"/>
65-74 .....	<input type="checkbox"/>
75 et plus .....	<input type="checkbox"/>
Ne sait pas .....	<input type="checkbox"/>
Refus .....	<input type="checkbox"/>

Dans le cas des questions ouvertes de nature descriptive, on devrait prévoir des espaces (ou mieux, des cases) dans la marge de droite à la fin de la dernière ligne, pour l'inscription des codes.

#### Espace de travail de l'interviewer

Si l'interviewer doit effectuer des conversions d'unités, il doit disposer de suffisamment d'espace de travail (ou d'espace marqué "à l'usage du bureau") pour le faire sur le questionnaire. C'est également le cas lorsque les interviewers doivent effectuer, l'addition d'un certain nombre de chiffres, à titre de vérification préliminaire avant de terminer l'interview. Par exemple, dans une enquête sur les dépenses, les revenus et les dépenses de la période visée doivent être identiques (ou présenter un écart dans des limites acceptables). Sinon, l'interviewer doit questionner de nouveau le répondant pour déterminer si des

revenus ou des dépenses n'auraient pas été oubliés ou déclarés de façon inexacte. Les questionnaires d'enquête sur les dépenses doivent donc prévoir un espace de travail où les interviewers pourront inscrire le total des dépenses et le total des revenus, et calculer la différence entre les deux.

#### Utilisation de symboles typographiques différents

Il peut de révéler utile, pour faciliter les opérations de vérification des questionnaires avant la saisie des données, de prévoir un type d'espace de réponse (par exemple, un petit cercle) pour les cas où il faut cocher la réponse (par exemple, les questions de type "oui/non" ou les choix à indiquer dans une liste), et un autre type d'espace (par exemple, une case rectangulaire) lorsqu'il faut inscrire des nombres (par exemple, âges, nombre de fois qu'un fait s'est produit, nombre de personnes dans une famille). Les responsables de ces opérations deviendront habitués à voir des crochets dans les cercles et des nombres dans les cases. Dans l'exemple qui suit, tiré de l'enquête de 1983 sur les Attitudes et les motivations à l'égard du tourisme, on a utilisé des cercles pour les réponses à cocher et des cases fermées pour l'inscription des réponses numériques.

Il est bon de séparer les questions ou les blocs de questions par des lignes foncées qui servent d'aide visuelle à l'interviewer. On peut aussi utiliser de telles lignes pour diviser la page en colonnes.

Les exemples qui suivent, tirés du Recensement du Canada de 1981, montrent comment on peut obtenir une séparation nette entre les questions, à l'aide de lignes.

Un procédé utile consiste à présenter en zones ombrées ou hachurées les parties du questionnaire autres que celles où doivent être inscrites des réponses qui seront relevées au moment de la saisie des données. Ainsi, les marges de droite ou les autres parties du questionnaire qu'il faut observer pour l'introduction des données au clavier sont beaucoup plus visibles, les inscriptions étant faites sur un fond plus clair que le reste du questionnaire. On trouvera ci-après un exemple provenant d'une enquête sur la faune réalisée par Statistique Canada pour le Service canadien de la faune d'Environnement Canada. Toutes les questions et les instructions de ce questionnaire à remplir par les répondants eux-mêmes sont présentées sur fond ombré de couleur. Seuls les carrés et les cercles réservés aux réponses dont il faudra faire la saisie sont présentés sur fond blanc.

DOCUMENT CONFIDENTIEL  
une fois rempli

## ENQUÊTE SUR LES ATTITUDES ET LES MOTIVATIONS À L'ÉGARD DU TOURISME

14. J'AIMERAI CONNAÎTRE L'IMPORTANCE QUE VOUS AVEZ ACCORDÉE À CHACUN DES MOTIFS SUIVANTS DANS VOTRE DÉCISION DE FAIRE VOTRE DERNIER VOYAGE D'AGRÈMENT OU DE VACANCES. VEUILLEZ LIRE LA LISTE SUIVANTE ET INDICHER L'IMPORTANCE QUE VOUS AVEZ ACCORDÉE À CHAQUE MOTIF. (PASSEZ À LA PAGE 6, REMETTEZ LE QUESTIONNAIRE À L'ENQUÊTÉ(E) POUR QU'IL (ELLE) RÉPONDE AUX QUESTIONS 34 ET 35.)

	A	B	C	D
	Juillet, Août, Septembre 1983	Avril, Mai, Juin 1983	Janvier, Février, Mars 1983	Octobre, Novembre, Décembre 1982
15. EST-CE QU'UN DE CES VOYAGES A ÉTÉ FAIT DURANT LES MOIS DE . . . . .	Oui Non 1 ○ 2 ○	Oui Non 3 ○ 4 ○	Oui Non 5 ○ 6 ○	Oui Non 7 ○ 8 ○
POUR CHAQUE "OUI", POSEZ LES Q. 16, 17 ET 18.				
16. COMBIEN DE NUITS AVEZ-VOUS PASSÉES À L'EXTÉRIEUR DE CHEZ VOUS LORS DE VOTRE PLUS LONG VOYAGE EN . . . (MOIS)?	Nbre de nuits [ ]	Nbre de nuits [ ]	Nbre de nuits [ ]	Nbre de nuits [ ]
17. À QUEL MOIS AVEZ-VOUS COMMENCÉ, CE VOYAGE?	Inscrivez le code du mois [ ]	Inscrivez le code du mois [ ]	Inscrivez le code du mois [ ]	Inscrivez le code du mois [ ]
18. QUELLE ÉTAIT VOTRE DESTINATION LORS DE CE VOYAGE? (ENDROIT LE PLUS ÉLOIGNÉ DU DOMICILE)	Ville:	Ville:	Ville:	Ville:
	Prov. ou État:	Prov. ou État:	Prov. ou État:	Prov. ou État:
	Pays:	Pays:	Pays:	Pays:
	Réservé au bureau [ ]	Réservé au bureau [ ]	Réservé au bureau [ ]	Réservé au bureau [ ]

## D. CHASSE AUX ANIMAUX SAUVAGES

35. AVEZ-VOUS DÉJÀ CHASSÉ DES ANIMAUX SAUVAGES?

Oui <sup>1</sup> ○Non <sup>2</sup> ○ → Passez à la question 78.

36. EN 1981, AVEZ-VOUS CHASSÉ DES ANIMAUX SAUVAGES?

Oui <sup>1</sup> ○Non <sup>2</sup> ○ → Passez à la question 78.

37. INDIQUEZ LE NOMBRE TOTAL DE JOURS AU COURS DESQUELS VOUS AVEZ CHASSÉ AU MOINS UNE FOIS DES ANIMAUX SAUVAGES EN 1981.

Jours  
[ ]

→ Passez à la question 38.

On note également dans cet exemple l'usage d'illustrations. De telles illustrations ou d'autres dessins peuvent aider à fournir des repères aux interviewers. On peut aussi s'en servir sur les fiches qu'on présente aux répondants afin de les aider à répondre aux questions, par exemple lorsqu'il ont à

effectuer un choix dans une liste qu'il serait trop difficile de retenir à la suite d'une seule lecture. Ce genre d'illustration permet en outre de briser la monotonie du questionnaire surtout lorsqu'il doit être complété par les répondants eux-mêmes.



38. EN 1981, AVEZ-VOUS CHASSÉ DES OISEAUX AQUATIQUES?

Oui <sup>1</sup>  Non <sup>2</sup>  → *Passez à la question 48.*

39. INSCRIVEZ LE NOMBRE DE JOURS CONSACRÉS À CETTE ACTIVITÉ EN 1981, SELON L'ENDROIT.

	Jours		Jours	
Terre-Neuve	01	<input type="text"/>	Saskatchewan	08 <input type="text"/>
Î.-P.-É.	02	<input type="text"/>	Alberta	09 <input type="text"/>
Nouvelle-Écosse	03	<input type="text"/>	Colombie-Britannique	10 <input type="text"/>
Nouveau-Brunswick	04	<input type="text"/>	Yukon	11 <input type="text"/>
Québec	05	<input type="text"/>	T.N.-O.	12 <input type="text"/>
Ontario	06	<input type="text"/>		
Manitoba	07	<input type="text"/>	Autres pays	13 <input type="text"/>



48. EN 1981, AVEZ-VOUS CHASSÉ D'AUTRES OISEAUX?

Oui <sup>1</sup>  Non <sup>2</sup>  → *Passez à la question 58.*

49. INSCRIVEZ LE NOMBRE DE JOURS CONSACRÉS À CETTE ACTIVITÉ EN 1981, SELON L'ENDROIT.

	Jours		Jours	
Terre-Neuve	01	<input type="text"/>	Saskatchewan	08 <input type="text"/>
Î.-P.-É.	02	<input type="text"/>	Alberta	09 <input type="text"/>
Nouvelle-Écosse	03	<input type="text"/>	Colombie-Britannique	10 <input type="text"/>
Nouveau-Brunswick	04	<input type="text"/>	Yukon	11 <input type="text"/>
Québec	05	<input type="text"/>	T.N.-O.	12 <input type="text"/>
Ontario	06	<input type="text"/>		
Manitoba	07	<input type="text"/>	Autres pays	13 <input type="text"/>

**Couleur**

Si on dispose de papier de couleur, il peut parfois être utile de faire varier la couleur d'une section à l'autre. Cela facilite la tâche des interviewers si, par exemple, il y a une question de sélection au début du questionnaire qui a pour effet de diriger les répondants vers différents ensembles de questions, en fonction de leurs réponses ou de leurs caractéristiques. Par exemple, dans le cas d'une question portant sur le statut professionnel, les classes de réponse pourraient être "travaille",

"sans emploi et à la recherche d'un emploi", "maîtresse de maison", "étudiant", etc. La réponse "travaille" pourrait être suivie de l'instruction (PASSEZ AUX PAGES BLEUES). À ces pages se trouveraient des questions relatives à une personne occupant un emploi. La réponse "sans travail et à la recherche d'un emploi" pourrait être suivie de l'instruction (PASSEZ AUX PAGES ROSES), lesquelles pages comporteraient des questions s'adressant aux chômeurs. Il pourrait être utile, dans ce cas, de répéter les questions qui visent les deux ensembles de répondants (par exemple les renseignements

**INSTRUCTIONS RELATIVES À LA DÉCLARATION ET AU MANDAT:** Les questionnaires doivent être retournés dûment remplis dans les 60 jours suivant leur réception. Le Guide de déclaration ci-inclus a pour but de vous aider à remplir ce questionnaire. Il est numéroté de façon à correspondre aux articles du questionnaire. Conserver un exemplaire pour vos dossiers. Déclaration exigée en vertu de la Loi sur la statistique.

**ENTENTES DE PARTAGE DES DONNÉES**

Pour alléger le fardeau de réponse et assurer des statistiques plus uniformes, Statistique Canada a conclu des ententes avec divers ministères et organismes publics en vue d'un échange de données:

En vertu de l'article 10 de la Loi sur la statistique, avec les bureaux statistiques des provinces de Terre-Neuve, de la Nouvelle-Écosse, du Québec, de l'Ontario, du Manitoba, de la Saskatchewan, de l'Alberta et de la Colombie-Britannique, en ce qui a trait aux établissements situés à l'intérieur des limites de leur province respective. Les lois sur la statistique de ces provinces prévoient, à peu de chose près, les mêmes dispositions que la Loi fédérale sur la statistique en ce qui a trait à la confidentialité et les mêmes sanctions contre la divulgation des renseignements.

En vertu de l'article 11 de la Loi sur la statistique du Canada avec le ministère de l'Industrie et du Commerce de l'Île-du-Prince-Édouard, le ministère du Développement de l'Île-du-Prince-Édouard, et la Direction de l'analyse économique et des statistiques, ministère des Finances du Nouveau-Brunswick, pour tous les établissements situés dans les limites de leur province respective. Les ententes conclues en vertu de l'article 11 ne s'appliquent pas à vos déclarations pour le recensement des manufactures de 1984 si un agent ou une personne autorisée de votre société signifie au statisticien en chef, par écrit, qu'il s'y oppose et envoie sa lettre accompagnée du questionnaire dûment rempli à la Division des industries manufacturières et primaires de Statistique Canada. Veuillez préciser les organismes ou ministères susmentionnés auxquels il ne faut pas communiquer les données.

1.9 ANNÉE DE DÉCLARATION - La déclaration doit porter sur la dernière année financière terminée entre le 1<sup>er</sup> avril 1984 et le 31 mars 1985.

du    1 9 8 au    1 9 8

Jour Mois Année      Jour Mois Année

démographiques) tant dans les pages bleues que dans les pages roses, pour faciliter le travail de l'interviewer.

On devrait utiliser des tons pastels, car des caractères noirs (la couleur habituelle) sur un papier foncé peuvent être difficiles à lire sous un éclairage faible ou artificiel. De même, des caractères imprimés d'une autre couleur que le noir (par exemple, bleu ou vert pâle) peuvent être difficiles à lire et ne pourront peut-être pas être reproduits par certains genres de photocopieurs.

Une autre possibilité consiste à appliquer une couleur par-dessus le texte imprimé aux coins de la première page de chacune des sections. Bien que le reste du questionnaire puisse être imprimé en noir sur blanc, ces coins colorés (la couleur étant différente pour chaque section) permettent de reconnaître facilement les sections.

### Numérotation des questions

De préférence, toutes les questions doivent être numérotées de façon séquentielle du début à la fin du questionnaire, même si celui-ci est divisé en sections. Dans l'occurrence le numéro de section constituant le premier chiffre des numéros de question. La toute première question portera donc le numéro 101, la question 224 est la 24<sup>e</sup> question de la section 2 et la question 508 est la 8<sup>e</sup> question de la section 5. Cette méthode ne présente aucun risque de confusion.

### Disposition des instructions

Les instructions données aux interviewers ou aux répondants relativement à une question particulière, ou à un groupe de questions, devraient être placées directement au-dessus de la ou des questions visées. C'est l'endroit idéal pour qu'elles soient lues et appliquées. On peut aussi, comme deuxième solution, les placer au début d'une section du questionnaire. Enfin, comme dernier choix, on peut les placer au début du questionnaire, mais il y a danger qu'elles soient oubliées, car elles n'auront été lues qu'une seule fois. Le pire endroit où donner les instructions, c'est dans un guide séparé destiné aux interviewers. Il y a peu de chance qu'un interviewer, en supposant qu'il ait lu le guide, s'y reporte de nouveau, en particulier dans le cours de l'interview, sans perdre l'attention du répondant. La fin des instructions relatives à un groupe de questions devrait être indiquée très clairement, habituellement à l'aide d'une autre instruction (par exemple, "POSEZ TOUTES LES QUESTIONS").

Malheureusement, dans beaucoup d'enquêtes menées auprès des entreprises, il faut donner des définitions détaillées de certaines catégories, afin de préciser ce qui doit être inclus

ou exclu. Il n'y a alors pas d'autre choix, en raison de contraintes d'espace, de donner ces informations sur une feuille ou dans un livret séparé.

Les instructions devraient être présentées suivant un format de caractères différent, en caractères gras ou en majuscules, ou encore dans un encadré, de façon que les interviewers ou les répondants ne les confondent pas avec les questions. Elles doivent être brèves et claires.

**Un logement est un ensemble distinct de pièces d'habitation ayant une entrée privée donnant sur l'extérieur ou sur un corridor ou un escalier commun à l'intérieur. L'entrée doit donner accès au logement sans qu'on ait à passer par les pièces d'habitation de quelqu'un d'autre.**

7. Inscrivez le nom de la personne (ou de l'une des personnes) qui vit ici et qui est responsable du paiement du loyer, ou de l'hypothèque, ou des taxes, ou de l'électricité, etc., pour ce logement.

07  01

Nom Prénom

Cette personne devrait répondre aux questions suivantes sur ce logement.

**NOTA:** Si aucune personne vivant ici n'effectue de tels paiements, cochez ici  et répondez vous-même aux questions sur ce logement.

Il est fréquent d'utiliser des flèches et des encadrés en remplacement des instructions de sauter. Si un branchement de questions suit, par exemple, une question appelant une réponse "oui" ou "non", il peut parfois être utile de répéter des deux côtés de l'embranchement, les questions qui s'adressent à tous les répondants, simplement pour que l'interviewer ait plus de facilité à suivre le questionnaire.

Il faut s'efforcer d'éviter les incohérences entre les instructions et les questions correspondantes. Dans le dossier de contrôle de l'interviewer pour le recensement de la France en 1946, la section portant sur le logement commençait par la question:

Logement:

Occupé? (oui ou non)  
Vacant? (oui ou non)

Une telle présentation laissait supposer qu'il y avait une troisième possibilité, outre "occupé" et "vacant" (par exemple, inoccupé temporairement). On pouvait lire, plus loin dans le dossier, la directive suivante: "Utilisez une ligne pour chaque logement occupé, inoccupé ou vacant." Il semble donc qu'il existait bel et bien trois catégories. Or, les instructions mentionnaient ailleurs les

logements "vacants, c'est-à-dire "inoccupés", d'où l'on pouvait conclure qu'il n'y avait que deux catégories. La confusion était attribuable au manque de clarté et de cohérence entre les questionnaire et les instructions données aux interviewers.

### Questionnaires bilingues

Si un même questionnaire doit être imprimé dans deux langues et qu'on utilise les deux côtés de chaque feuille, la meilleure solution est de séparer les deux langues selon une présentation tête-bêche. En fait, une telle disposition ne présente un intérêt que si le questionnaire doit être imprimé sur des feuilles de grandes dimensions (par exemple, 30 cm sur 42 cm), qui seront pliées une fois (pour faire des pages de 21 cm sur 30 cm), puis agrafées ou reliées dans le pli. Souvent, une telle présentation n'est pas pratique ou peut se révéler trop coûteuse. Les questionnaires sont très fréquemment imprimés sur des feuilles de 21 cm sur 30 cm ou de 21 cm sur 35 cm agrafées seulement à l'un des angles supérieurs, ou encore attachées ou agrafées à deux ou trois endroits sur le côté. Si le questionnaire doit être rédigé dans les deux langues sur le même côté de la feuille, c'est-à-dire que les questions figurent d'abord dans une langue, puis dans l'autre à la ligne suivante, il est souhaitable d'utiliser pour la seconde langue des caractères nettement différents (italiques, par exemple) ou des caractères gras. On peut aussi présenter les questions en colonnes, mais prévoir un espace de réponse central commun pour les deux langues.

S'il y a plus de deux langues, par exemple dans les enquêtes menées auprès des minorités ethniques, il sera sans doute préférable d'utiliser un questionnaire distinct et autonome pour chacune.

### Uniformité

Une fois qu'on a arrêté son choix sur une disposition particulière, par exemple pour les questions qui se présentent sous forme de tout le questionnaire. Une modification de la disposition ne pourra que causer des difficultés aux interviewers, ainsi qu'aux préposés à la vérification et au codage. Par exemple, si les instructions figurent en majuscules, sont encadrées, ou se distinguent de quelque autre façon des questions proprement dites, il doit en être de même sur tous les questionnaires et sur toutes les feuilles de contrôle.

### Codage et saisie des données

La présente étude ne donne qu'une brève description des problèmes en cause. On suppose que les données de toutes les enquêtes, à l'exception des plus petites, sont traitées par

ordinateur. Même si l'on ne dispose pas des équipements informatiques souhaités, au moment et à l'endroit voulus, les avantages sur le plan de la rapidité, du coût, de la précision et de la souplesse de ce genre d'équipements sont tellement importants qu'il paraît indispensable de s'en procurer. On peut louer ces équipements, ou passer un contrat avec une entreprise de service qui effectuera le traitement. Seuls les dénombrements les plus élémentaires devraient être effectués à la main.

S'il se révèle impossible, pour une raison quelconque, d'obtenir des services de traitement informatique dans les délais prescrits, et qu'on est tenu de produire rapidement des statistiques sommaires, il faudrait concevoir le questionnaire de telle sorte que des totaux sommaires puissent être inscrits sur le questionnaire même. Ainsi, en présence d'une liste d'éléments, il faudrait prévoir un espace où inscrire le total sommaire. L'interviewer devrait recevoir instruction de faire ces calculs après l'interview. Par exemple, dans une enquête sur la production agricole, si des questions portent sur les unités produites et leurs prix et qu'il faut calculer une valeur correspondante, les formules de calcul doivent être fournies.

Il faut prévoir tout de suite, au moment de la conception du questionnaire, les opérations de saisie des données en vue du traitement ultérieur. Sinon, le concepteur n'aura d'autre choix que de recourir au codage manuel de tous les questionnaires, et devra peut-être ensuite faire transcrire les données codées sur de grandes feuilles avant de les soumettre aux autres opérations de traitement. C'est là une tâche énorme, coûteuse, pouvant facilement entraîner des erreurs.

Il est essentiel d'avoir, dès les premières étapes de la conception, des consultations fréquentes et régulières avec l'équipe de traitement, les programmeurs et le personnel de soutien technique, pour que la saisie des données puisse s'exécuter rapidement.

### Impression des codes sur les questionnaires

Si les données doivent être traitées par ordinateur, il est utile que les codes des zones où les réponses devront être introduites figurent sur le questionnaire. Si l'introduction des données au clavier doit être faite directement à partir des questionnaires, l'impression préalable des codes sur ces derniers facilitera évidemment la tâche des préposés et réduira le risque que des réponses soient codées dans la mauvaise zone. Par ailleurs, si les réponses doivent être transcrites sur des feuilles de 80 colonnes d'où elles seront saisies pour le traitement informatique, l'inscription des codes de zones sur le questionnaire peut aider les préposés à repérer l'endroit où inscrire les réponses sur les

feuilles. Les codes ne doivent pas être trop voyants, afin de ne pas créer de confusion chez les interviewers, ou même chez les répondants lorsqu'ils doivent remplir le questionnaire eux-mêmes.

Pour être en mesure d'inclure les codes de zones sur le questionnaire, il faut avoir déjà établi une ébauche de programme d'exploitation, de façon suffisamment détaillée pour savoir quelle information (parmi toutes les données du questionnaire) sera saisie ou, d'un point de vue plus logique, quelle information, s'il en est, ne sera pas saisie.

**Choix du système de codage**

Le codage peut se faire suivant deux systèmes de base: le codage à zones fixes et le codage par sources.

Dans le codage à zones fixes, on attribue à chaque unité de données (par exemple, chaque question dont la réponse doit être saisie) un nombre de colonnes ou de "positions" suffisamment grand pour recevoir la réponse la plus longue possible; l'enregistrement correspondant à chaque questionnaire comprend le nombre total de colonnes attribuées. Chaque enregistrement a

une longueur fixe. Dès qu'une colonne est attribuée, elle doit contenir une valeur. Par conséquent, si une réponse est laissée en blanc, les colonnes correspondantes doivent être remplies de zéros ou d'un autre symbole ayant valeur nulle. Même les questionnaires remplis partiellement ont droit à un enregistrement complet. Le temps qu'un tel système permet d'épargner à la conception est perdu au moment de l'exploitation, car chaque enregistrement doit alors être lu en entier.

Dans le codage par sources, on attribue à chaque unité de données un code de source, c'est-à-dire un numéro séquentiel qui n'a rien à voir avec la plus longue réponse possible. Souvent ce numéro est celui de la question elle-même. Le préposé à l'introduction des données ne tient pas compte des zones laissées en blanc, si bien qu'il y a économie de ressources à ce stade. Par exemple, si une enquête comporte, disons, 1,200 zones, il se peut que seulement 200 ou à peu près doivent être saisies pour chaque répondant. Par ailleurs, il y a une économie de ressources encore plus grande au moment du traitement informatique, car les enregistrements sont plus courts du fait qu'ils ne sont pas remplis de symboles à valeur nulle. Le codage par sources présente toutefois un inconvénient dans la mesure où de

<b>ENQUÊTE SUR L'ÉDUCATION DES ADULTES</b>		DOCUMENT CONFIDENTIEL une fois rempli.
Statistique Canada Statistics Canada		
NO de dossier <b>2</b>	Date d'enquête <b>3</b>	NO d'attribution <b>4</b>
Prénom <b>5</b>	Mo An	Nom de famille <b>7</b>
1 FORMULE <b>06</b>		
CETTE ENQUÊTE PORTE SUR TOUS LES COURS OU STAGES DE FORMATION QUE ... A SUIVIS PENDANT LA DERNIÈRE ANNÉE: COURS OU STAGES DESTINÉS À ACCROÎTRE LA COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE OU LE NIVEAU DE SCOLARITÉ, ET COURS D'ENRICHISSEMENT PERSONNEL OU COURS SUIVIS À TITRE DE LOISIR		
<b>10. ... A-T-IL(ELLE) ÉTUDIÉ À PLEIN TEMPS DANS UNE ÉCOLE, UN COLLÈGE OU UNE UNIVERSITÉ EN 1983?</b> Oui <input type="radio"/> Non <input type="radio"/> Passez à 11 LISEZ		
POUR LES QUESTIONS SUIVANTES, NE COMPTEZ PAS LES COURS QUI FAISAIENT PARTIE D'UN PROGRAMME D'ÉTUDES À PLEIN TEMPS		
<b>11. EN 1983, ... S'EST-IL(ELLE) INSCRIT(E) À DES COURS DESTINÉS À ACCROÎTRE SON NIVEAU DE SCOLARITÉ?</b> Oui <input type="radio"/> Non <input type="radio"/> Ne sait pas <input type="radio"/>		
<b>12. EN 1983, ... A-T-IL(ELLE) REÇU AU TRAVAIL OU AILLEURS, UNE FORMATION DESTINÉE À ACCROÎTRE SA COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE?</b> Oui <input type="radio"/> Non <input type="radio"/> Ne sait pas <input type="radio"/>		
<b>13. ... S'EST-IL(ELLE) INSCRIT(E) À UN COURS D'INTÉRÊT PERSONNEL, PAR EXEMPLE UN COURS D'ART, D'ARTISANAT OU D'INSTRUCTION PERSONNELLE EN 1983?</b> Oui <input type="radio"/> Non <input type="radio"/> Ne sait pas <input type="radio"/>		
<b>20. S'AGISSAIT-IL ... (Cochez un seul cercle)</b>		
D'un cours de formation générale?		<input type="radio"/> 1
D'un cours ayant trait au travail?		<input type="radio"/> 2
D'un cours récréatif ou d'artisanat?		<input type="radio"/> 3
D'un cours d'enrichissement ou d'intérêt personnels?		<input type="radio"/> 4
D'un autre cours?		<input type="radio"/> 5
Ne sait pas		<input type="radio"/> 6
<b>21. QUI A ORGANISÉ LE DERNIER COURS QU'A SUIVI ... C'EST-A-DIRE QUI L'OFFRAIT?</b> Code		
<b>22. DANS QUEL BUT PRINCIPAL ... A-T-IL(ELLE) SUIVI CE COURS?</b>		
Améliorer ses possibilités d'emploi		<input type="radio"/> 1
Intérêt et enrichissement personnels		<input type="radio"/> 2
Ne sait pas		<input type="radio"/> 3
<b>23. LE COURS COMPORTAIT COMBIEN D'HEURES PAR SEMAINE?</b>		
Heures		<input type="radio"/> 88 Ne sait pas
<b>24. COMBIEN DE SEMAINES A DURÉ LE COURS?</b>		
Semaines		<input type="radio"/> 88 Ne sait pas

nombreux programmes informatiques d'usage courant en statistique (par exemple, le SPSS) exigent un codage à zones fixes. Il faut donc prévoir une étape (informatisée) de conversion d'un système à l'autre. Le choix du système de codage est une décision de nature complexe, mais il doit être fait avant l'impression du questionnaire.

#### **Emplacement des listes de codes**

Si les interviewers doivent inscrire, en cours d'interview, des codes de réponse dans certains espaces en se fondant sur des listes de codes ne faisant pas partie de la question elle-même (par exemple, région ou province; catégorie professionnelle), cette liste devrait figurer sur la même page du questionnaire, par exemple en bas de page. Les listes de codes présentées dans un document distinct, par exemple dans le guide de l'interviewer, ne sont pas très pratiques et peuvent par conséquent être une source d'erreurs.

Il peut arriver que la liste soit trop longue pour être inscrite sur le questionnaire. La meilleure solution de rechange consiste alors à établir une fiche-codes sur laquelle figureront les codes de plusieurs questions.

#### **Codage de la rubrique "Autre (PRÉCISER)"**

Si le questionnaire comporte des listes se terminant par "autre (PRÉCISER)", il faut établir si les différentes réponses fournies seront saisies ou si elles seront toutes additionnées et inscrites au même code. Si elles doivent être saisies individuellement, il faut attribuer un code à chaque catégorie de réponse. Par exemple, la présence d'une telle rubrique à la fin d'une question avec réponses à cocher portant sur les activités récréatives peut entraîner l'énumération de 20 activités supplémentaires par un seul répondant. Il peut être nécessaire de prévoir une zone de deux colonnes, ou encore plusieurs zones supplémentaires. Si on ne prévoit pas un nombre suffisant de codes ou de zones à ce stade et qu'il faut en ajouter à la fin, il y a danger que cela produise de la confusion ou des omissions dans l'analyse. Il faut en outre prendre des décisions, qui seront nécessairement arbitraires, en ce qui a trait au nombre limite d'éléments supplémentaires à saisir dans ce genre de rubrique.

#### **Codage des catégories "pas de réponse" et "donnée non communiquée"**

On peut souvent attribuer le même code (par exemple 9) aux catégories "pas de réponse" et "donnée non communiquée". En outre, ce code doit être le même pour toutes les questions, peu importe la longueur de la liste dont la catégorie fait partie. On réduit ainsi les

risques d'erreur de la part des analystes et des préposés au codage, à la vérification et à l'introduction des données, car ces derniers sauront que la classe "9" (ou "99" si la zone compte deux colonnes) correspond toujours à la catégorie "pas de réponse/donnée non communiquée". Il se révélera parfois utile d'attribuer le même code à la réponse "ne sait pas", bien qu'il soit souhaitable, en général, de lui réserver un autre code (par exemple 8), ce dernier étant également constant dans tout le questionnaire. En effet, la réponse "ne sait pas" est différente, théoriquement, des classes "pas de réponse" et "donnée non communiquée", même s'il arrive souvent qu'on les groupe pour les besoins d'analyse. Dans certaines enquêtes, toutefois, une réponse "ne sait pas" peut être très significative, par exemple si on questionne la personne sur sa connaissance d'un programme.

De même, les réponses "oui" et "non" devraient être codées de la même façon du début à la fin (par exemple "1" et "2", ou encore "1" et "0" que certains préfèrent parce qu'ils considèrent que "0" symbolise mieux le "non" que "2").

#### **Impression**

En général, les questionnaires doivent être visuellement attrayants, surtout si les répondants sont appelés à les voir ou à y faire eux-mêmes des inscriptions. Il faut donc réaliser l'impression avec soin, à l'aide de presses et de papier de qualité. Si le questionnaire doit être dactylographié puis photocopié ou reproduit par un procédé offset, ou encore au moyen d'un équipement Gestetner ou d'un autre procédé semblable, il faut disposer d'une bonne machine à écrire électrique, afin d'obtenir une qualité uniforme de caractères, de cases, de cercles, de parenthèses, etc. Comme peu de machines à écrire électriques peuvent reproduire des symboles comme des flèches ou des cercles, il faudra parfois tracer ces derniers à la main. Il existe aussi des livrets comportant des séries de symboles, notamment des cercles et des flèches, qu'on peut découper et coller sur la page qui doit être photographiée dans le procédé offset. Si l'on a accès, par ailleurs, à des équipements informatiques comprenant un programme d'édition de texte avec symboles, il sera facile de préparer des pages pour la photographie.

Il peut arriver que le matériel d'impression ou les réserves de papier soient limitées. Il est même possible que la capacité d'impression restreinte constitue un facteur déterminant quand vient le temps de décider de la longueur du questionnaire et, s'il y a lieu, d'accorder la préférence à une "formule d'enquête". S'il y a incertitude, le concepteur du questionnaire doit savoir dès les premières étapes de la planification de quels équipements d'impression ou de reproduction il disposera. S'il faut raccourcir le questionnaire à cause du matériel

d'impression limité, on devra peut-être, pour compenser, mettre davantage l'accent sur la formation des interviewers (parce qu'il aura fallu, par exemple, abrégé les instructions ou, dans le cas d'une "formule d'enquête", les questions).

### Qualité et format du papier

Les questionnaires doivent être imprimés sur du papier résistant, car ils auront généralement à subir de nombreuses manipulations, que ce soit par les imprimeurs, les expéditeurs, les surveillants, les interviewers, les répondants, les préposés à la vérification, au codage et à l'introduction des données, les commis au classement, etc. Le format et le poids du questionnaire doivent être prévus en fonction d'une manipulation facile par l'interviewer ou le répondant dans toutes les situations possibles d'interview.

### Impression recto seulement ou recto-verso

Il arrive souvent que les questionnaires ne sont imprimés que d'un côté, en général à cause de la qualité du papier ou de l'équipement disponible. Le verso peut servir, dans ces cas, à l'inscription de notes par l'interviewer, ou encore à compléter des réponses trop longues (cette dernière pratique n'est pas souhaitable, toutefois). L'impression recto seulement peut faciliter aussi la tâche de l'interviewer en cours d'interview. Elle a cependant l'inconvénient d'exiger deux fois plus de papier que l'impression recto-verso et d'accroître d'autant le volume des documents à manipuler et à expédier.

### Quantité suffisante de questionnaires

Les questionnaires doivent être imprimés en quantité suffisante. Il faut non seulement tenir compte du nombre maximal possible d'interviews à réaliser, mais aussi prévoir des exemplaires supplémentaires pour:

- la formation: les instructeurs et les interviewers qui reçoivent la formation doivent disposer d'exemplaires pour effectuer, par exemple, des interviews fictives ou simulées, ou encore des interviews d'essai avec de "vrais" répondants;
- les interviewers: ceux-ci peuvent en avoir besoin si des exemplaires sont abîmés ou perdus, ou encore s'ils trouvent des répondants additionnels; il arrive parfois, en effet, qu'on ne puisse établir d'avance le nombre précis de répondants (par exemple, dans les enquêtes auprès de tous les membres des ménages dont la taille peut varier énormément, ou encore auprès des visiteurs d'un parc ou d'un musée à certaines heures et certains jours, dont le nombre peut varier de manière imprévisible selon les conditions météorologiques);
- les dossiers, les supérieurs hiérarchiques et les personnes intéressées dans d'autres ministères ou dans des organismes internationaux;
- l'inclusion du questionnaire en annexe dans des rapports finals.

La proportion des exemplaires supplémentaires qu'il faut prévoir en sus de ceux qui serviront aux interviews proprement dites peut se situer quelque part entre 10% et 100%, selon la nature de l'enquête, la population des répondants, le plan d'échantillonnage, etc. En règle générale, un supplément de 25% par rapport au nombre prévu d'interviews est raisonnable dans le cas des enquêtes comportant jusqu'à 3,000 interviews, tandis que la proportion peut décroître au delà de ce nombre. Si on ne connaît pas avec précision la taille de l'échantillon, il va de soi qu'il faut se réserver une marge de manœuvre plus grande. Des exemplaires additionnels doivent être imprimés dans toutes les langues, bien qu'on puisse prévoir de moins grandes quantités pour les langues minoritaires. Toutefois, s'il y a plusieurs langues minoritaires, le supplément d'environ 25% pourra être nécessaire dans chaque cas, le nombre des répondants de chaque langue étant peu élevé.

Tous les exemplaires devraient être obtenus en un seul tirage, car il est souvent coûteux et difficile de prévoir des tirages supplémentaires. En effet, les frais de préparation s'appliquent habituellement à chaque tirage, peu importe le nombre d'exemplaires; parfois, un nouvel original doit être préparé (par composition typographique ou dactylographie); l'accès aux presses peut également être une source de retards.

### Administration du questionnaire

Lorsqu'on a recours à des interviewers, ceux-ci doivent recevoir une formation et des directives qui assureront la réalisation d'interviews complètes dès la rencontre initiale avec le répondant.

À mesure qu'un questionnaire est élaboré, ou qu'il est modifié avec l'expérience, tous les besoins en matière de formation ou de recyclage des interviewers doivent demeurer présents à l'esprit du concepteur. Le principal document dont on se sert habituellement est un guide de formation. En général, on y passe en revue toutes les sections du questionnaire, en précisant à l'interviewer le sens de chaque question et le genre de réponses prévues. Si des questions d'approfondissement doivent être posées en certaines occasions, le guide de formation doit en donner les formulations détaillées (si elles ne figurent pas déjà sur le questionnaire). On peut aussi inclure dans le guide des listes de codes pour les cas où les interviewers seront tenus d'effectuer le codage des réponses; il est toutefois préférable que ces



## LA FICHE 'Q'

### ENQUÊTE SUR LA FORMATION ET LES COMPÉTENCES

EST-CE QUE... A DÉJÀ SUIVI UN OU DES COURS SPÉCIALISÉ(S) À L'ÉCOLE, AU COLLÈGE OU À L'UNIVERSITÉ LUI PERMETTANT D'ACQUÉRIR LES COMPÉTENCES OU LA FORMATION NÉCESSAIRES POUR ACCOMPLIR SON EMPLOI PRINCIPAL?

**50D**

SI OUI, INSCRIVEZ 1 DANS LA COLONNE "D" ET PASSEZ À 50E

SI NON, INSCRIVEZ 2 DANS LA COLONNE "D" ET PASSEZ À 50E

EST-CE QUE... A DÉJÀ REÇU UNE FORMATION EN COURS D'EMPLOI QUI VISAIT À AMÉLIORER SES COMPÉTENCES OU À FACILITER SON AVANCEMENT DANS CE GENRE DE TRAVAIL? PAR FORMATION EN COURS D'EMPLOI J'ENTENDS TOUTE FORMATION DONNÉE PAR SON EMPLOYEUR SUR LES LIEUX DE TRAVAIL PENDANT SES HEURES NORMALES DE TRAVAIL.

**50E**

SI OUI, INSCRIVEZ 1 DANS LA COLONNE "E" ET PASSEZ À 50F

SI NON, INSCRIVEZ 2 DANS LA COLONNE "E" ET PASSEZ À 50F

EST-CE QU'À L'HEURE ACTUELLE, ...PROJETTE DE SUIVRE UN COURS OU SUIVRE UN COURS DANS UNE ÉCOLE, UN COLLÈGE OU UNE UNIVERSITÉ POUR AMÉLIORER SES COMPÉTENCES OU SES POSSIBILITÉS D'AVANCEMENT DANS CE GENRE DE TRAVAIL?

**50F**

SI OUI, INSCRIVEZ 1 DANS LA COLONNE "F" ET TERMINEZ LES QUESTIONS SUPPLÉMENTAIRES POUR CE RÉPONDANT.

SI NON, INSCRIVEZ 2 DANS LA COLONNE "F" ET PASSEZ À 50G

EST-CE QU'IL Y A UNE RAISON POUR LAQUELLE...NE SUIVRE PAS OU NE PROJETTE PAS DE SUIVRE UN COURS DANS UNE ÉCOLE, UN COLLÈGE OU UNE UNIVERSITÉ?

INSCRIVEZ LE CODE APPROPRIÉ DANS LA COLONNE "G"

**50G**

CODES POUR LE POSTE 50G

1. AUCUN COURS DISPONIBLE
2. IMPOSSIBLE D'ASSISTER À CAUSE DES HEURES DE TRAVAIL
3. OBLIGATIONS PERSONNELLES OU FAMILIALES
4. LE COURS EST TROP DISPENSIEUX
5. N'EST PAS INTÉRESSÉ À SUIVRE LE COURS
6. AUCUNE RAISON
7. AUTRE

codes figurent directement sur le questionnaire. Le guide peut alors servir à donner des détails supplémentaires ou une explication des codes.

En plus du guide de formation, le concepteur du questionnaire doit aussi élaborer, ou aider à élaborer, un manuel des procédures. Ce manuel décrit la marche à suivre et les aspects administratifs du travail de l'interviewer au moment de l'interview. On y trouve par exemple les éléments suivants: contenu de la trousse de l'interviewer, c'est-à-dire l'ensemble des fournitures remises à l'interviewer en fonction de sa tâche (nombre d'interviews ou période); explications sur la façon de trouver les répondants, ou tout autre détail sur les étapes de la sélection de l'échantillon qui relèvent de l'interviewer (façon de lire des plans géographiques, recherche de l'endroit exact où commencer les interviews, marche à suivre pour déterminer les interviews suivantes à effectuer); suggestions concernant l'apparence de l'interviewer et ses relations avec le public; marche à suivre au cas où le répondant refuse d'être interviewé ou de remplir un questionnaire; précisions sur l'endroit où remettre les questionnaires remplis et les autres fournitures une fois la tâche accomplie. Si ce genre de renseignements fait déjà l'objet de chapitres du guide de formation, le manuel des procédures devient évidemment inutile.

Le guide de formation, ou le manuel des procédures, comporte souvent une description de chaque question qui en précise le sens et énonce les réponses acceptables. Il est bon que les questions y figurent sous la même forme que dans le questionnaire, instructions comprises. Il pourra être utile d'inclure un questionnaire entièrement rempli, représentant une interview fictive. Au moment de la formation, il peut être utile de présenter de tels questionnaires fictifs après y avoir inséré volontairement des erreurs; les interviewers sont alors invités à les déceler et à les corriger. Un questionnaire fictif peut aussi, parfois, être présenté au répondant à titre d'exemple, afin qu'il comprenne mieux ce qu'on attend de lui. Les questionnaires comportant des erreurs ne doivent pas être laissés entre les mains des interviewers, et ne doivent pas non plus figurer dans aucun des manuels, car il y a danger que les interviewers s'y reportent par mégarde. Il ne faut pas trop mettre l'accent sur les aspects "à éviter" dans les manuels, car cela peut engendrer de la confusion dans l'esprit des interviewers.

#### Aides visuelles et audio-visuelles

Un des aspects de l'élaboration du questionnaire consiste à se demander, pour chaque question et chaque section, s'il n'y aurait pas des outils ou des documents additionnels qui pour-

raient être utiles à la formation des interviewers ou à la réalisation des interviews sur le terrain. Les outils les plus courants sont les "fiches de réponses", qui donnent au répondant la liste des choix possibles pour une question fermée. Ces fiches sont particulièrement utiles s'il y a plus de quatre catégories, ou si les descriptions des catégories comportent plus de deux mots. On peut fournir aux interviewers plusieurs de ces fiches, identifiées le plus souvent par des lettres ou des couleurs (plutôt que par des chiffres, pour éviter de les confondre avec les questions qui sont habituellement numérotées), avec des instructions sur leur utilisation (par exemple, on écrira, juste après la question à poser, "MONTREZ LA FICHE B" ou "MONTREZ LA FICHE VERTE"). Dans certains cas, on jugera utile d'attribuer à la fiche le numéro de la question correspondante; il y a toutefois danger de confusion si la même fiche doit servir à plusieurs questions.

Les aides visuelles peuvent parfois aider à faire resurgir des souvenirs, par exemple des dessins montrant l'agent recenseur assis avec les membres du ménage et posant des questions sur la composition du ménage, des dessins d'une ferme-type montrant l'emplacement de la maison de ferme, des terres cultivées, des terres en jachère, animaux, etc. On a également utilisé avec succès, dans divers recensements dont celui du Canada en 1981 (voir l'exemple ci-après), des schémas illustrant les différents types de logements. En fait, le recours à cette méthode n'est limité que par la possibilité de traduire un concept particulier en une aide visuelle.

Les films et les enregistrements magnétophoniques d'interviews peuvent également servir à diverses fins. Par exemple, à l'étape de la conception du questionnaire (ou dans le cadre d'évaluations ou d'études méthodologiques spéciales), il peut être utile de mettre à l'essai une partie (ou la totalité) du questionnaire au moyen d'un enregistrement, afin que les concepteurs de l'enquête puissent entendre la réaction des répondants à certaines questions. Les hésitations, les questions non comprises et l'intonation, de même que les interjections marquant l'embarras ou l'incertitude, peuvent indiquer que certaines questions posent des difficultés. Par ailleurs, si on dispose d'enregistrements d'où l'on peut tirer des extraits de réponses, on pourra s'en servir pour étoffer et rendre plus intéressantes et moins arides les analyses statistiques. Toutefois, les magnétophones sont relativement coûteux et peuvent être facilement égarés, endommagés ou volés; il faut donc prendre certaines mesures de sécurité. Le problème se posera plus spécialement pour les interviewers, qui trouveront peut-être difficilement un endroit où laisser un magnétophone sans surveillance au cours du travail sur le terrain.

Il faut également se procurer une quantité suffisante de piles, de préférence réutilisables, ainsi que le matériel permettant de les recharger.

**12. Ce logement est-il :**

*Cochez une seule case*

- 05  une **maison individuelle** – logement individuel non attenant à une autre construction et entouré d'espaces libres? 
- 06  dans une **maison jumelée** ou une **maison double** – deux logements côte à côte réunis par un mur commun, mais non attenants à une autre construction et entourés d'espaces libres? 
- 07  dans un **duplex** – deux logements superposés non attenants à une autre construction et entourés d'espaces libres? 
- 08  dans une **rangée** d'au moins trois logements réunis côte à côte sans autre logement au-dessus ou en dessous? 
- 09  un **appartement dans un immeuble de cinq étages et plus** – par ex., logement dans une tour d'habitation? 
- 10  un **appartement dans un immeuble de moins de cinq étages** – par ex., logement dans un triplex ou un quadriplex, dans une construction non résidentielle ou dans une maison qui a été transformée? 
- 11  une **maison attenante à une construction non résidentielle** – logement individuel attenant au niveau du sol à une autre construction, par ex., un magasin, mais qui en est séparé par un mur commun s'élevant du sol au toit? 
- 12  une **habitation mobile** (conçue et construite pour être transportée sur son propre châssis et qu'on peut déplacer sans grand délai)? 
- 13  un **autre logement mobile** (tente, roulotte de voyage, voiture de chemin de fer, bateau-maison, etc.)? 

**RÉSERVÉ AU BUREAU**

- 14  Trans.
- 15  Coll.
- 16  Ref.
- 17  MO
- 18  Imp. – A
- 19  Imp. – B

## Chapitre 4

### MISE À L'ESSAI ET ÉVALUATION DU QUESTIONNAIRE

#### Introduction

Le questionnaire peut avoir un effet important sur les erreurs d'observation, donc sur la qualité et la valeur globale d'une enquête. En effet, la présence et la gravité de certaines erreurs d'observation dépendent en grande partie de facteurs comme le contenu du questionnaire, sa longueur, la langue dans laquelle il est rédigé, son agencement, l'enchaînement des questions et la disposition. Bien que l'expérience des enquêtes et des données d'enquête constitue un atout important, elle ne suffit pas toujours pour déterminer les types de questions ou les formulations particulières qui limiteront au minimum les erreurs d'observation. Par conséquent, si l'on ne sait trop comment formuler une question, une ensemble de questions ou un autre élément du questionnaire, il faut envisager de mettre à l'essai différentes possibilités. La mise à l'essai devrait faire partie du programme d'évaluation du questionnaire. Ce genre de programme est utile parce qu'il permet d'accumuler des renseignements sur les sources des erreurs d'observation et d'examiner comment elles évoluent dans le temps. L'ampleur du processus de mise à l'essai est évidemment fonction du genre et de l'importance de l'enquête, ainsi que des délais et des ressources disponibles.

La mise à l'essai d'un questionnaire a donc pour but d'assurer la pertinence et la qualité des données recueillies, ainsi que de réduire le plus possible les erreurs attribuables au questionnaire. L'évaluation d'un questionnaire, par contre, consiste à déceler et à mesurer les erreurs qui se sont introduites dans les données. Bref, la mise à l'essai d'un questionnaire et son analyse sont des opérations réalisées avant l'utilisation du questionnaire sur le terrain, tandis que l'évaluation est effectuée pendant et après la collecte des données.

#### Mise à l'essai des questionnaires

La mise à l'essai d'un questionnaire est habituellement un processus itératif dont l'étape type consiste à procéder à un nouvel examen d'un questionnaire qu'on a déjà amélioré à la suite d'examen antérieurs. Les réponses données et les réactions suscitées à chaque itération sont analysées. Par exemple, si une question pose des difficultés en raison du caractère délicat de l'information recherchée, on peut la supprimer ou la modifier pour la rendre plus acceptable. Il s'agira parfois de

la poser différemment, de la placer ailleurs dans le questionnaire, ou encore de grouper des classes de réponses à des questions fermées à l'intérieur de catégories plus vastes.

#### Examen du projet de questionnaire

L'examen du projet de questionnaire constitue l'une des premières étapes de sa mise à l'essai.

Le projet de questionnaire doit être examiné attentivement par tous ceux qui participeront au traitement une fois les interviews terminées, c'est-à-dire les préposés à la vérification, au codage, à l'introduction des données, les programmeurs et les analystes des données de l'enquête. Il pourrait être sage d'organiser une réunion en bonne et due forme de l'ensemble ou d'une partie de ces intervenants, une fois qu'ils auront effectué des essais de vérification, de codage et de saisie des données, pour voir s'il n'y aurait pas certains éléments du questionnaire à modifier, sur le plan de la rédaction ou de la disposition.

Une autre étape de l'examen du projet de questionnaire consiste à solliciter les commentaires de certaines personnes occupant des postes supérieurs ou possédant une grande expérience au ministère ou au service.

Voici, à titre d'exemple, une liste d'éléments qui pourrait servir de guide dans l'examen du questionnaire:

- concepts et définitions;
- accès à des renseignements d'autres sources (utiles à l'enquête);
- justesse des questions;
- clarté des questions;
- langue;
- caractère délicat de l'information;
- enchaînement ou agencement des questions;
- longueur de l'interview;
- exigences de codage et de traitement informatique;
- autres commentaires.

#### Examen des résultats de l'enquête par les utilisateurs éventuels

Après l'examen effectué à l'intérieur même de l'organisme, il faut entreprendre une autre étape de la mise à l'essai du projet de questionnaire, qui consiste à demander à un petit

groupe d'utilisateurs des données de commenter, outre les éléments de la liste qui précède, les aspects suivants:

- justesse de la terminologie d'un domaine particulier (par exemple, agriculture, santé, emploi);
- choix de la période de référence eu égard au sujet étudié;
- justesse des unités et des échelles fournies;
- fardeau de réponse;
- relation entre les questions posées et les tableaux à produire.

### **Echantillon de répondants**

L'étape suivante consiste à soumettre le questionnaire à un échantillon de répondants.

Lorsqu'un questionnaire est mis à l'essai auprès de répondants, c'est souvent à petite échelle. Le concepteur doit donc se montrer prudent au moment d'analyser ou de généraliser les résultats obtenus. Il est préférable d'effectuer les essais avec de "vrais" répondants, c'est-à-dire des personnes ou des ménages appartenant à la population étudiée. Il est essentiel d'inclure des répondants de groupes ethniques ou linguistiques différents, de régions différentes ou de localités de tailles différentes, dans la mesure où l'on prévoit que ces variables seront liées au comportement de résultats importants de l'enquête.

Une fois les interviews réalisées, il est utile d'organiser une rencontre pour permettre aux interviewers et aux autres personnes oeuvrant sur le terrain de rendre compte de leur expérience. Ils pourront ainsi faire part des aspects inefficaces, des ambiguïtés et des difficultés que comporte l'administration du questionnaire. Il doit s'agir d'une réunion dirigée d'une main experte, au cours de laquelle les interviewers et les autres personnes travaillant sur le terrain sont invités à discuter de leur tâche étape par étape, à partir du moment où l'interviewer frappe à la porte du répondant jusqu'au moment où il le quitte. Il ressort de ce genre de discussion toute une masse de renseignements qui peuvent servir à améliorer ou à modifier le questionnaire, de manière à le rendre plus efficace pour l'enquête proprement dite.

On peut poser au départ des questions très générales, afin de lancer la discussion, puis passer peu à peu à des questions plus précises. Voici des exemples:

- Comment l'interview s'est-elle déroulée?
- Le questionnaire vous a-t-il causé des problèmes?
- Y a-t-il des parties que les répondants n'ont pas semblé comprendre, ou qu'il vous a fallu leur expliquer?

- Y a-t-il des parties qui ont exigé que les répondants réfléchissent longuement ou se mettent à chercher des documents?
- Y a-t-il des questions auxquelles les répondants vous ont semblé répondre à l'aveuglette?
- Les répondants ont-ils été embarrassés ou irrités?
- Y a-t-il des questions dont la formulation vous a semblé difficile ou étrange, des mots ou des expressions qui ne vous ont pas paru conformes à l'usage habituel?
- Vous a-t-il été difficile de suivre l'enchaînement des questions, les instructions de sauter ou les directives en général?
- Y a-t-il des questions où il manquait d'espace pour inscrire les réponses?
- Y a-t-il des questions fermées ou semi-fermées dont la liste des réponses est incomplète, dont les catégories sont imprécises ou se chevauchent ou dont les réponses sont difficiles à attribuer aux diverses catégories?
- Est-il arrivé que des réponses numériques n'entrent dans aucune catégorie, ou soient données de façon vague sans que le répondant puisse ou veuille être plus précis?

### **Enquête pilote**

L'enquête pilote, qui constitue l'étape finale du processus d'essai, vise à reproduire les conditions de l'enquête réelle. Elle fait intervenir tous les aspects du questionnaire ainsi que du plan d'enquête. Le but de l'enquête pilote est de mettre en évidence tous les problèmes susceptibles de se présenter lorsque toutes les facettes du plan d'enquête sont mises en oeuvre en même temps. On observe attentivement, par exemple, le coût des diverses opérations en comparaison du coût total. La gestion et le contrôle des opérations d'enquête sont un autre aspect qu'il est important d'évaluer. À ce stade, on vise à évaluer le rendement de façon globale plutôt que des éléments particuliers; on peut s'intéresser uniquement aux aspects qualitatifs du questionnaire et du traitement des données, sans s'occuper des détails de l'enquête dans son ensemble.

### **Méthodes d'évaluation**

Les méthodes d'évaluation visent principalement:

- à établir un processus systématique de repérage des erreurs, de leurs sources et de leurs causes;
- à les analyser en vue de trouver des moyens de les éliminer, de les réduire ou de contrôler leur incidence sur la qualité des données;

- à établir une mesure de leur incidence sur la qualité des données, de manière à faciliter leur interprétation et leur utilisation.

### Observation

Cette méthode, appliquée dans le cadre de l'enquête proprement dite, consiste à observer les interviews effectivement réalisées. Il est ainsi possible d'étudier les problèmes auxquels les interviewers et répondants ont à faire face. Toutefois, il est possible que les interviews, lorsqu'elles sont observées, ne se déroulent pas exactement de la même façon que lorsque les interviewers accomplissent leur tâche seuls. L'observateur doit se faire le plus discret possible afin d'éviter de biaiser les réponses. On doit donc lui donner une formation appropriée et le munir d'une liste bien établie d'éléments à observer, ainsi que des directives et formules pertinentes. Ces principes s'appliquent tant aux observations qualitatives, fondées sur des impressions générales, qu'aux observations quantitatives, fondées sur des chiffres relatifs à certaines situations qui surviennent en cours d'interview.

L'exécution d'un programme d'observation peut entraîner des frais élevés, car on doit envoyer des interviewers hautement qualifiés à différents endroits pour observer un sous-échantillon de répondants faisant partie de la tâche de chaque interviewer. C'est pourquoi un programme d'observation ne vise généralement qu'un échantillon de petite taille. Il en résulte que les données quantitatives d'évaluation doivent être accumulées au fil du temps. Par contre, les données qualitatives d'évaluation peuvent être recueillies et faire l'objet de rapports en tout temps, car elles ne dépendent pas de la taille de l'échantillon observé.

Les programmes d'observation sont particulièrement utiles aux enquêtes permanentes ou répétitives, car c'est seulement avec le temps qu'on finit par éliminer toutes les lacunes. Toutefois, ils peuvent aussi servir à améliorer des enquêtes uniques, pourvu que la période d'enquête soit longue et que le programme d'observation soit entrepris dès le début.

Le programme d'observation présente des similitudes avec la séance de rapport. Si les observateurs sont expérimentés et bien formés, ils sont en mesure d'évaluer l'effet de la formation des interviewers et de juger, s'il se présente un problème pouvant influencer sur la qualité des données, si ce dernier est attribuable au questionnaire ou à la formation.

Pour que le programme d'observation soit efficace, on doit fournir aux observateurs toutes les directives pertinentes.

Ces directives portent sur:

- la façon dont les interviewers doivent présenter les observateurs aux répondants et

- la façon dont ceux-ci doivent eux-mêmes se présenter;
- le comportement de l'observateur au cours de l'interview;
- la façon dont l'interviewer présente l'enquête au répondant;
- la technique d'interview et la réaction du répondant;
- la conception et la clarté du questionnaire;
- la facilité de réponse du répondant;
- la durée de l'interview;
- la consignation des points forts et des faiblesses du questionnaire;
- l'observation de tout autre aspect important du questionnaire ou de l'interview.

Tous les renseignements recueillis par les observateurs doivent faire l'objet d'une présentation et d'une analyse rigoureuses.

### Échantillons superposés

Lorsque plusieurs méthodes et facteurs ayant un effet sur la qualité des données sont mis à l'essai simultanément, il est souvent difficile de distinguer les effets du questionnaire de ceux attribuables aux procédés utilisés, aux différences régionales ou aux interviewers.

Pour bien séparer ces effets, on peut avoir recours à des plans d'expérience comme les échantillons superposés ou les panels divisés. Si, dans une région donnée: (i) un échantillon est sélectionné sous forme de deux sous-échantillons ou plus selon un plan particulier, et que (ii) le plan d'échantillonnage est tel que chaque sous-échantillon fournit une estimation indépendante de la caractéristique étudiée, on dit que les sous-échantillons sont des échantillons superposés. La méthode des échantillons superposés facilite l'évaluation de la qualité des données. Il se peut, par exemple, qu'on désire savoir si différentes formes de la même question produisent des écarts importants dans les réponses. On ne peut évidemment poser la question sous ses deux formes au même répondant. On peut toutefois mesurer les différences à l'aide d'échantillons superposés de répondants, en demandant aux mêmes interviewers de poser la question selon les deux formulations.

Des tests plus complexes d'évaluation des écarts attribuables à des variantes de formulation ou à des questionnaires différents peuvent être réalisés suivant diverses méthodes qu'il suffit d'incorporer dans les plans d'expérience. On en trouve la description dans de nombreux manuels traitant des méthodes d'échantillonnage. Cependant, bien que ces méthodes aient de solides assises théoriques, elles présentent parfois des difficultés d'ordre pratique. D'abord, elles sont coûteuses et exigent beaucoup de temps. Leur coût est fonction de la taille des échantillons dont on aura besoin pour que la détection des différences soit suffisamment fiable. Elles exigent du temps parce que l'analyse des résultats provenant d'échantillons de grande taille est un long

processus. On ne devrait donc recourir à de tels plans pour l'enquête pilote que dans des cas très exceptionnels. Par contre, des échantillons superposés bien choisis permettent d'évaluer, de façon quantitative plutôt que qualitative, les divers aspects d'un questionnaire, en comparant les questions et en étudiant les effets de la longueur du questionnaire, de son agencement, etc.

En général, toutefois, les tests et les expériences purement statistiques fondés sur les méthodes d'échantillonnage sont rarement concluants. En effet, les erreurs d'échantillonnage ont tendance à l'emporter sur les erreurs d'observation liées aux questionnaires parce que les échantillons sont de petite taille. Il est souvent impossible, par ailleurs, de sélectionner un échantillon aléatoire de répondants, encore une fois parce que les contraintes de coûts et les délais à respecter empêchent d'avoir des échantillons assez gros. Pour un seuil de fiabilité donné, il est possible que la mesure d'éléments différents exige des échantillons de tailles différentes. Ce genre de situation entraîne invariablement des problèmes pratiques et théoriques, tant pour les opérations sur le terrain que pour l'interprétation des résultats.

### Réinterviews

Une importante méthode d'évaluation d'un questionnaire consiste à réinterviewer les répondants. Essentiellement, il s'agit d'interviewer de nouveau un échantillon de ménages qui ont déjà été interviewés. Les écarts observés entre les deux ensembles de réponses peuvent être attribuables à plusieurs causes, par exemple au questionnaire, au répondant, à l'interviewer, et peut-être aussi à l'intervalle de temps qui s'est écoulé entre les deux interviews.

Pour réduire les coûts et le fardeau de réponse, il est préférable de n'appliquer cette méthode d'évaluation qu'à un échantillon relativement restreint de répondants. Plus il s'est écoulé de temps entre la période de référence et la réinterview, plus les événements extérieurs sont susceptibles d'influer sur les résultats. Par contre, si l'intervalle de temps est court, il se peut qu'on obtienne les mêmes résultats parce que le répondant se souvient trop bien des réponses données la première fois. Il faut examiner avec soin tous ces éléments au moment de l'interprétation des résultats d'une réinterview.

Un programme de réinterviews peut servir à plusieurs fins, chacune permettant d'examiner certains aspects de la conception du questionnaire ou de la réalisation des interviews. Dans le cas d'une enquête unique ou ponctuelle, on pourra conclure que certaines questions posent des problèmes si les réponses initiales et les réponses fournies aux réinterviews présentent des écarts dont l'ampleur est difficile à

expliquer. Toutefois, l'utilité que présente un programme de réinterviews dans une enquête unique est assez limitée, à moins qu'on envisage de réaliser plus tard une autre enquête du même genre. Par contre, dans le cas d'une enquête permanente, il s'agit d'un instrument très efficace de contrôle et d'évaluation des questionnaires. Par exemple, si on établit, à l'aide d'un programme de réinterviews, qu'il existe des différences d'un certain niveau entre l'interview initiale et la réinterview pour divers genres de questions, et qu'on obtient des réponses qui s'écartent de façon significative de ce niveau, on doit procéder à un examen du questionnaire ou des méthodes d'interview pour en découvrir la cause. Il se peut que les différences soient imputables à des changements réels, de sorte qu'il faudra peut-être modifier le questionnaire ou d'autres aspects des méthodes d'enquête.

Un programme de réinterviews peut également servir à l'estimation du biais de réponse et des variances de réponse simples résultant d'une question particulière ou d'un groupe de questions de l'enquête. On applique à cette fin la méthode suivante qui comporte deux volets: on effectue d'abord des réinterviews en répétant les conditions de l'enquête initiale, puis, comme deuxième volet, on réalise des interviews de manière à détecter les erreurs commises par l'interviewer initial. On procède dans ce dernier cas en deux temps. D'abord, le réinterviewer, un enquêteur expérimenté qui est responsable de la qualité du travail d'un groupe d'interviewers, effectue une interview indépendante, de préférence sans connaître les résultats initiaux. Ensuite, après avoir effectué toutes les interviews à l'intérieur d'un ménage, il compare les réponses avec celles qui figurent sur les formules initiales, discute des écarts avec les répondants en faisant preuve du tact nécessaire, puis inscrit les codes correspondant aux explications des écarts sur la formule de conciliation.

L'accumulation des données provenant des deux parties de l'échantillon permet d'étudier les aspects généraux des erreurs de réponse. Ainsi, on peut estimer la variance de réponse simple à l'aide de la première partie de l'échantillon, en vertu de l'hypothèse d'une "répétition des conditions de l'enquête initiale", tandis que le biais de réponse peut être estimé à l'aide de la seconde partie de l'échantillon, si on suppose que le réinterviewer fournit les "vraies" réponses dans les conditions de l'enquête. Un programme de ce genre permet en outre d'examiner de façon générale la variation du rendement des interviewers en fonction d'éléments comme l'expérience, la durée de la formation, le genre de région, la saison, etc. Par ailleurs, l'aspect "contrôle des opérations sur le terrain" n'est pas à négliger. En effet, les réinterviewers ont la tâche de déceler les cas précis où les interviewers ont consigné une information incomplète, voire fautive eu égard aux caractéristiques observées dans le ménage ou chez les

personnes qui le composent, ainsi que d'indiquer les cas où une conciliation est nécessaire.

En analysant périodiquement les données produites dans le cadre du programme, on peut repérer les sources d'erreurs et améliorer progressivement la méthodologie générale d'enquête.

Tout comme la méthode des échantillons superposés, le programme de réinterviews peut aider à l'évaluation de plusieurs facettes de l'enquête. Les questions délicates, les problèmes de mémoire, l'effet de la longueur du questionnaire et du genre de questions, tous ces aspects peuvent être étudiés à l'aide d'une comparaison, pour un certain nombre de questions, des biais de réponse et des variances de réponse simples. À l'instar du programme d'observation, toutefois, ce programme peut être coûteux, en raison de l'étendue et de la taille du sous-échantillon à soumettre aux réinterviews. Les écarts observés ne peuvent pas toujours être évalués avec précision à cause du temps écoulé (par exemple, les répondants auront peut-être oublié certaines des caractéristiques au moment de la réinterview). Un programme de réinterviews bien conçu permet, tout comme la méthode des échantillons superposés, de régler avec le temps plusieurs lacunes des questionnaires, surtout dans le cas des enquêtes permanentes.

Pour plus de détails sur les réinterviews, consulter les publications suivantes: (1) Nations unies (1982b), "Programme de mise en place de dispositifs nationaux d'enquête sur les ménages" et (2) "Non-Sampling Errors in Household Surveys"; Platek et Timmons (1975).

### Analyse des erreurs

On a souligné plus haut que l'évaluation d'un questionnaire atteint bon nombre de ses objectifs si on s'efforce de déceler, dans les opérations d'enquête, les lacunes qui peuvent devenir des sources d'erreur. Les indices de telles déficiences peuvent être un taux de refus élevé, des réponses incomplètes, incohérentes ou manquantes, la prétendue indisponibilité de l'information demandée, ainsi que le coût ou la durée des interviews. On peut repérer ces lacunes sans nécessairement avoir recours à un plan d'expérience complexe. Une comparaison avec des données correspondantes tirées d'autres enquêtes, ou encore une analyse régulière de ces données dans le cadre d'une enquête permanente, pourra révéler si la qualité des données est moins bonne que d'habitude.

Plusieurs erreurs d'observation attribuables par exemple aux taux de réponse, à la non-réponse ou aux réponses partielles peuvent en outre être détectées à partir de l'enquête proprement dite. L'analyse rigoureuse du comportement de ces erreurs dans le temps constitue un

outil inestimable de contrôle de la qualité des données. Les critères adoptés pour la fixation des seuils de tolérance de certaines erreurs dépendent du genre d'enquête, du type particulier d'erreur et du coût que représenterait leur élimination ou leur réduction à des niveaux acceptables.

L'analyse des erreurs se révèle tout aussi importante à l'étape du traitement. Ainsi, la disposition, l'agencement ou les questions ouvertes sont les principales sources d'erreur à ce stade. L'analyse des erreurs est particulièrement utile dans le cas d'un programme permanent. L'examen des fluctuations dans le temps du nombre d'erreurs d'une question à l'autre, ou encore l'observation d'une tendance qui se maintient, sont des renseignements qu'on peut fort utilement mettre à contribution pour améliorer le questionnaire.

On peut également évaluer plusieurs aspects d'un questionnaire en examinant les résultats des opérations de vérification et d'imputation, que ces dernières soient faites par traitement manuel ou informatique. Si cet examen est fait pour chaque question, il peut aider à établir dans quelle mesure les erreurs sont dues à la difficulté des questions, en fonction d'éléments comme la complexité, la longueur, l'enchaînement et l'ordre des questions, ou la nature délicate du sujet. Une telle méthode d'évaluation peut être intégrée au processus de traitement. Elle peut même être automatisée, ce qui la rend relativement peu coûteuse lorsque le nombre des questionnaires est élevé. La méthode est surtout utile à une évaluation postérieure à l'enquête. La plupart des mesures sont quantitatives, bien qu'une étude des questionnaires initiaux (notamment des commentaires formulés sur les questionnaires) puisse aussi révéler des problèmes d'ordre qualitatif.

Afin de systématiser l'inscription et l'analyse des erreurs, on doit établir des formules spéciales sur lesquelles figureront des entêtes correspondant aux différents types d'erreurs. L'accumulation des données se fera ainsi de manière uniforme, et le traitement et l'analyse s'en trouveront facilités.

Pour rendre compte des résultats de l'analyse des erreurs, on veillera à publier périodiquement, par type d'enquête, un rapport sur la qualité des données. Par exemple, au Canada, un rapport trimestriel sur la qualité des données est publié dans le cadre de l'enquête sur la population active. Le rapport présente une analyse des erreurs d'échantillonnage et des erreurs d'observation. Les sources d'erreur font l'objet d'un examen suivi et, dans la mesure du possible, les opérations en cause sont immédiatement corrigées, de manière à ce qu'un contrôle soit exercé de mois en mois sur la qualité. Le rapport examine les erreurs d'échantillonnage et les erreurs d'observation inhérentes aux taux globaux de non-interviews par type, les taux de non-réponse par genre de

question, les taux de couverture, les erreurs d'entrée des données, ainsi que l'ampleur des vérifications et des imputations. La publication du Bureau of the Census des États-Unis intitulée **Error Profile** donne des renseignements fort utiles sur l'observation et l'analyse des erreurs.

#### Avantages de l'évaluation

En passant en revue les diverses méthodes d'évaluation, on se rend compte qu'une multitude d'aspects des questionnaires peuvent être étudiés à l'aide de plusieurs techniques différentes. C'est en fonction des coûts, des délais, de la disponibilité du personnel compétent, de l'accès aux équipements nécessaires, etc. qu'on décidera s'il y a lieu ou non d'utiliser l'une ou l'autre méthode. Il faut soupeser tous ces facteurs au moment d'élaborer les programmes particuliers de mise à l'essai et d'évaluation, sans perdre de vue les exigences de fiabilité à satisfaire sans lesquelles les données ne sauraient être réellement utiles.

Il est particulièrement important d'établir un programme d'évaluation dans le cas d'enquêtes permanentes. En effet, l'évaluation des questionnaires, des opérations de collecte des données, des étapes de traitement et des résultats d'un cycle d'enquête constitue la base à partir de laquelle on peut modifier le questionnaire et les opérations qu'on utilisera au

cycle suivant. Toutefois, afin de ne pas interrompre une série chronologique construite à partir des résultats d'une enquête permanente, il faut se garder de modifier un questionnaire en fonction d'évaluations portant uniquement sur le cycle précédent. Mais cela n'empêche pas d'apporter des améliorations aux procédures d'enquête. L'expérience découlant des évaluations, après un certain nombre de cycles, pourra ensuite servir à réviser le questionnaire. Par ailleurs, afin d'atténuer l'impact d'un questionnaire modifié sur la série chronologique ou pour recueillir les données qui permettront d'effectuer l'enchaînement entre les versions, on pourra utiliser en parallèle l'ancienne et la nouvelle version pendant un certain nombre de cycles.

Dans tout programme permanent d'enquête auprès des ménages, il est possible de recueillir de façon systématique les commentaires des interviewers et des répondants. En fait, la possibilité de susciter une telle rétroaction et d'apporter les correctifs nécessaires à tous les aspects des activités d'enquête est beaucoup plus grande dans le cas d'un programme permanent. On pourra par exemple intégrer au processus d'enquête des échanges périodiques avec les interviewers, ainsi que des visites régulières sur le terrain des concepteurs de l'enquête, afin que ceux-ci prennent connaissance sur place des réactions des répondants.

## Chapitre 5

### LISTE RÉCAPITULATIVE DES ÉTAPES DE LA CONCEPTION D'UN QUESTIONNAIRE

Dans les chapitres précédents de cette étude, nous avons tenté d'exposer certains principes et méthodes permettant d'élaborer efficacement des questionnaires.

À titre de récapitulation, nous présentons une liste des éléments qui sont essentiels à la conception d'un bon questionnaire.

#### 1. Planification générale de l'élaboration du questionnaire

L'utilité de l'enquête a-t-elle été démontrée?

Il ne faut pas oublier de consulter les utilisateurs.

La documentation de référence, les documents de discussion, la correspondance interne, la correspondance entre les ministères ou les services et les dossiers des enquêtes antérieures ont-ils été examinés?

On pourra ainsi connaître les utilisateurs intéressés et les sujets à étudier.

Est-ce que des réunions ont eu lieu avec les utilisateurs pour clarifier les objectifs et les besoins, et discuter d'un ordre de priorité et des délais?

S'entend-on sur le sujet, la période et la qualité souhaitée des résultats?

A-t-on élaboré le processus de communication interne et externe, c.-à-d. entre tous ceux qui participeront à l'élaboration et les autres personnes intéressées?

Notes de service, s'il y a lieu? Rapports périodiques d'avancement des travaux? Documents techniques?

L'information recherchée existe-t-elle déjà?

Il se peut qu'il existe des données administratives qui n'aient pas encore été saisies ou analysées, ou encore des résultats d'enquêtes antérieures qui soient disponibles.

De telles données ne correspondent pas toujours exactement aux besoins, mais elles peuvent s'en rapprocher suffisamment pour qu'on n'ait pas à entreprendre à grands frais la collecte de nouvelles données.

#### 2. Création d'une équipe chargée de la conception du questionnaire

Les membres de l'équipe de conception (si les ressources le permettent) ont-ils été choisis: directeur de projet, spécialiste de l'échantillonnage, des interviews et du traitement des données, personnel de soutien?

A-t-on formé des comités consultatifs internes ou conjoints, ou des comités "directeurs"?

2. Création d'une équipe chargée de la conception du questionnaire - fin
- Est-ce qu'un plan global et un système de rapports d'étape ont été élaborés?
- Les étapes de planification, de réalisation et de diffusion des résultats feront-elles l'objet d'une documentation appropriée?
- On officialisera ainsi l'expérience acquise dans le domaine de la conception des questionnaires.
3. Contraintes touchant les projets de questionnaire et de documents connexes
- Les concepts, les sujets et les unités de mesure ont-ils été établis?
- A-t-on préparé des maquettes de tableaux et revu les concepts pour s'assurer que les données nécessaires seront recueillies?
- A-t-on déterminé la population visée, la longueur des interviews et la période pendant laquelle elles seront réalisées, ainsi que la nature des documents d'interview (formule, questionnaire, ou combinaison des deux)?
- L'effet de chacun de ces facteurs sur la formulation, la disposition, etc., du questionnaire doit être examiné.
- Les méthodes de sélection des répondants (y compris le plan d'échantillonnage), les méthodes de collecte des données, ainsi que les compétences et les caractéristiques des interviewers ont-elles été examinées?
- Ces éléments peuvent créer des contraintes sur le plan de la conception du questionnaire.
4. Cadre général du questionnaire
- L'agencement par ordre de priorité des sujets principaux et secondaires du questionnaire a-t-il été effectué?
- A-t-on divisé le questionnaire en sections (introduction, données administratives, questions proprement dites, données classificatoires)?
- La présentation en sections facilite l'organisation et la gestion du travail.
- Est-il nécessaire d'assurer la comparabilité avec d'autres études?
- Il peut être avantageux d'utiliser des concepts et des définitions déjà établis, en s'inspirant par exemple des enquêtes réalisées par d'autres organismes, pays ou organismes internationaux.
- Est-ce que chaque question correspond bien à l'utilisation prévue des données?
- Il ne faut jamais perdre de vue les objectifs et les programmes d'analyse.
- Y a-t-il des contraintes du point de vue des délais, des coûts, etc. (aspects politiques ou juridiques, disponibilité du personnel sur le terrain, etc.)?
- Est-ce que les premières explications fournies par les interviewers réussiront à "vendre" le questionnaire aux répondants?
- La présentation de l'interviewer est vitale à l'obtention de la pleine collaboration du répondant.
5. Formulation des questions
- La formulation est-elle simple et claire?
- Il faut utiliser le style journalistique: termes du langage courant, phrases courtes, peu de propositions négatives.

## 5. Formulation des questions - fin

Doit-on faire appel à des notions complexes ou à des termes techniques?

À l'aide de définitions, on pourra préciser le sens de certains termes courants imprécis (la plupart le sont).

Peut-on donner des exemples pour clarifier des notions?

Deux ou trois exemples neutres peuvent être utiles. Ils ne doivent pas cependant être de nature à créer une fausse impression chez le répondant ou à orienter sa réponse.

Est-ce que des questions font référence à des dates ou à des périodes? Le contexte est-il clair (par exemple, dernière naissance, dernier emploi)?

Si le contexte n'est pas clair, les répondants se reporteront à des périodes différentes, ce qui pourra créer des confusions et empêcher l'addition de résultats.

Les listes de réponses non ordonnées ont-elles été présentées dans plusieurs ordres?

Le biais introduit par l'ordre des réponses dans le cas de listes non hiérarchiques se manifeste par une préférence accordée au premier et au dernier élément.

Est-il possible qu'un biais dû aux réponses socialement acceptables et polies influe sur certaines questions, ou sur le sujet lui-même?

On peut réduire ce genre de biais une formulation ou un agencement approprié (en faisant comme si, par exemple, la réponse socialement inacceptable était tout à fait normale), mais il ne peut jamais être éliminé. La plupart des questions peuvent être entachées de ce genre de biais.

Y a-t-il des questions qui suggèrent des réponses ou qui comportent un élément d'émotivité?

Les questions ne doivent pas suggérer de réponse ni favoriser une réponse au détriment d'une autre.

Est-ce qu'il y a des questions qui recèlent en fait deux questions?

Attention aux questions doubles! Il faut se méfier du "et".

Y a-t-il des questions qui portent sur les projets futurs ou les attentes des répondants?

Il vaut mieux, en général, établir des projections à partir du passé que de se fier aux projets futurs des répondants, qui n'expriment peut-être que de bonnes intentions.

Y a-t-il des questions de nature délicate ou pouvant susciter des craintes?

En les plaçant au bon endroit et en les formulant avec soin, on peut atténuer le caractère délicat de ces questions, mais il arrive qu'on ne puisse l'éliminer entièrement.

Certaines questions exigent-elles que le répondant se souvienne de détails qui remontent à une période lointaine, ou qu'il fasse des efforts de recherche ou de calcul?

Il faut éviter de demander des détails qui remontent trop loin et ne pas exiger trop d'efforts de la part du répondant, par exemple qu'il fouille dans des documents ou qu'il communique avec d'autres personnes pour obtenir un renseignement. Un biais dû au télescopage dans le futur pourrait se manifester.

L'ordre des questions influe-t-il sur les réponses?

- a) Il ne faut pas dévoiler les réponses à des questions subséquentes.
- b) Le regroupement des sujets peut donner des réponses de meilleure qualité.

6. Choix entre formule et questionnaire

Le sujet exige-t-il que les questions soient formulées au long?

Les questions portant sur des faits, ou celles qui font intervenir des concepts simples, se prêtent bien à une présentation de type "formule".

Les interviewers pourront-ils utiliser efficacement une formule d'enquête?

Il faut que les interviewers aient reçu une solide formation et que le taux de roulement du personnel soit faible.

Y a-t-il des contraintes en ce qui a trait à la quantité de papier ou à la qualité d'impression?

Les formules d'enquête, qui comprennent moins de pages que les questionnaires, sont moins encombrantes.

Y a-t-il des questions pour lesquelles il faut montrer quelque chose aux répondants?

L'agencement des questions exige-t-il beaucoup d'instructions de bifurquer ou de sauter?

Les formules d'enquête ne se prêtent pas facilement à des embranchements complexes dans l'enchaînement des questions.

La présentation combinée formule-questionnaire peut-elle être utilisée?

7. Disposition

A-t-on clairement établi le degré de liberté laissé à l'interviewer dans la formulation des questions?

La formulation complète doit figurer dans le questionnaire (sans abus des abréviations, avec ponctuation), ou encore être énoncée clairement au moment de la formation ou dans le guide de l'interviewer. Souvent, il faut laisser à l'interviewer une certaine latitude pour qu'il puisse obtenir des réponses plus précises ou poser ses propres questions supplémentaires.

Les espaces de réponse réservés aux questions sont-ils facilement repérables?

Ils doivent se trouver à proximité de questions, ne pas se chevaucher les uns les autres et, si nécessaire, être reliés par des lignes ou des points.

Les espaces de réponse sont-ils suffisamment grands?

Cela facilite les totalisations.

Les espaces de réponses à totaliser sont-ils justifiés à la marge de droite dans le cas des listes ou pour le codage des réponses?

Ces repères visuels aident les interviewers, ainsi que les préposés au codage et à l'introduction des données.

S'est-on servi de lignes ou de zones ombrées pour faire ressortir les espaces de réponse?

On évitera ainsi la confusion dans les références au questionnaire.

A-t-on adopté pour les questions une numérotation séquentielle ou une autre numérotation claire?

On trouvera peut-être utile d'encadrer les instructions ou d'utiliser des caractères différents.

Les instructions à l'intention des interviewers sont-elles facilement repérables, bien distinctes mais voisines des questions visées?

7. Disposition - fin La présentation (caractères, grosseur des lettres, lignes, flèches, zones ombrées, position des espaces de réponse) est-elle uniforme tout au long du questionnaire? Cela permet de réduire au minimum les erreurs introduites par les interviewers.
8. Instructions aux interviewers
- Après chaque question, sait-on de façon précise à quelle question passer?
- Les instructions à l'intention des interviewers, qu'elles soient verbales ou graphiques, doivent être complètes.
- Y a-t-il des blocs de questions qui ne visent pas certains répondants?
- Les questions filtres (avec instructions de sauter) permettent aux interviewers de sauter un groupe de questions non pertinentes.
9. Traduction
- Faut-il produire le questionnaire dans plus d'une langue? Dans combien de langues additionnelles?
- Si le questionnaire doit être imprimé en deux langues, celles-ci peuvent être présentées sur des lignes successives, ou encore on peut utiliser une présentation "tête-bêche". S'il y a plus de deux langues, il faut habituellement imprimer des questionnaires distincts.
- La traduction est-elle fidèle?
- Une traduction en sens inverse permettra de s'assurer que le sens est exact.
- Le style de la traduction est-il trop recherché?
- Il faut préférer les termes du langage courant, ou les dialectes, à un langage normalisé ou trop élevé.
10. Questions ouvertes et questions fermées
- Pour chaque question, est-il préférable d'avoir un énoncé sous forme de question ouverte ou de question fermée?
- Les questions ouvertes sont utiles;
- comme première questions, lorsqu'on change de sujet;
  - quand on n'en sait pas assez sur les catégories de réponses probables pour rédiger une question fermée;
  - lorsque les réponses sont techniques ou complexes;
  - lorsqu'on prévoit susciter la coopération du répondant plus facilement qu'avec une question fermée;
  - comme sources d'hypothèses ou de formulations de questions fermées;
  - pour obtenir des détails ou des explications sur une réponse;
  - pour éviter d'influencer les répondants (c'est-à-dire de leur suggérer des réponses).
- Les questions fermées sont utiles pour les raisons suivantes:
- tous les enquêtés répondent selon le même cadre de référence et doivent choisir parmi les mêmes réponses;
  - la mesure dans laquelle les répondants sont nuancés n'intervient pas;

10. Questions ouvertes et questions fermées - fin

- les codes de saisie et d'analyse peuvent être attribués avant les interviews; il n'est pas nécessaire de coder séparément chaque réponse;
- les interviewers et les répondants n'ont pas à écrire de longues réponses ce qui rend l'enquête plus rapide et moins coûteuse;
- on peut atténuer le caractère délicat de certaines questions (par exemple revenu par tranches);
- on peut obtenir des renseignements plus complets lorsqu'on énumère toute une gamme de réponses possibles.

**Mais**

Les listes des réponses à des questions fermées doivent être dressées soigneusement, en fonction des réponses susceptibles d'être fournies. Les catégories de réponses doivent être pertinentes. Les listes doivent offrir des choix exhaustifs et mutuellement exclusifs.

Dispose-t-on d'assez de renseignements pour formuler une question fermée?

Des recherches (par exemple dans d'autres études) ou des travaux préparatoires peuvent être nécessaires.

11. Codage et saisie des données

Si les réponses ne sont pas précédées, a-t-on prévu l'inscription des codes informatiques à côté des espaces de réponse?

On pourra ainsi faire la saisie directement à partir du questionnaire.

Les interviewers coderont-ils les questions pendant l'interview ou immédiatement après?

Il faut prévoir les codes et les espaces correspondants.

Quels codes seront attribués aux catégories "autre (PRÉCISER)", "pas de réponse" et "sans objet"?

On s'assurera ainsi l'uniformité et la comparabilité d'une enquête à l'autre.

12. Impression

Le papier est-il suffisamment résistant?

Les questionnaires peuvent avoir à subir de nombreuses manipulations.

L'impression peut-elle se faire recto-verso?

Cela dépend des conditions d'interview et d'autres aspects de la manipulation.

A-t-on imprimé suffisamment de questionnaires?

Il faut prévoir les pertes inévitables, les exemplaires à conserver dans les dossiers et des questionnaires de rechange pour les interviewers.

A-t-on besoin de formules spéciales de contrôle des expéditions, de couvertures ou d'enveloppes?

13. Administration
- Où et pendant combien de temps doit-on stocker les questionnaires après la saisie des données?
- Qu'est-ce qu'on en fera après le contrôle des documents entreposés?
- Qui aura accès aux questionnaires remplis et à quelles conditions?
14. Documentation connexe
- Le guide de formation, le manuel des procédures et le questionnaire forment-ils un tout cohérent?
- Des aides visuelles comme des "fiches de réponses" pourraient-elles faciliter l'interview?
- Une vérification attentive est nécessaire pour éliminer les incohérences et les erreurs.
- Peut supposer un degré minimum d'alphabétisation.
15. Mise à l'essai et évaluation
- Les objectifs et les hypothèses sont-ils suffisamment clairs pour être mis à l'essai?
- Les concepteurs du questionnaire observeront-ils ou effectueront-ils des interviews d'essai et d'évaluation?
- A-t-on organisé une séance de rapport réunissant les interviewers ayant effectué les essais ou l'évaluation?
- A-t-on prévu assez de temps pour l'analyse des résultats des essais?
- A-t-on prévu de constituer une documentation suffisante pour que l'évaluation ait un effet sur d'autres enquêtes ou sur des cycles subséquents de la même enquête?
- Les objectifs de l'évaluation sont-ils assez clairs pour permettre le choix de la (des) méthode(s)?
- Quels doivent être le champ d'application, le mode de présentation et la distribution d'un rapport d'évaluation?
- La portée des essais et de l'évaluation, ainsi que les méthodes utilisées, dépendent de la clarté et de la précision de ces éléments.
- Les concepteurs ne peuvent préparer efficacement des projets de questionnaire sans avoir pris connaissance par eux-mêmes des problèmes de collecte des données.
- Les interviewers formuleront leur commentaires sur le questionnaire, et ces renseignements pourront servir de complément à l'analyse des résultats.
- Il ne sert à rien d'accepter pour la forme un programme de mise à l'essai si on ne s'assure pas que les résultats seront incorporés dans la version définitive du questionnaire.

## BIBLIOGRAPHIE

La bibliographie est présentée en deux parties. La première propose une liste d'ouvrages susceptibles d'intéresser tout lecteur qui désire approfondir ses connaissances sur les théories et les principes de la conception de questionnaires. Un bon nombre de ces ouvrages donnent également des conseils pratiques dont les concepteurs de questionnaires peuvent sûrement tirer profit. Certains exemples fournis dans la présente étude sont tirés de ces

ouvrages, dont la majorité n'était pas épuisés au moment de la rédaction de l'étude (1983).

La deuxième partie de la bibliographie indique les ouvrages de référence mentionnés dans le texte, qui sont soit des publications périodiques soit des ouvrages épuisés. Les ouvrages contenant des articles intéressants, mais qui peuvent être difficiles à obtenir, ont été inclus dans la partie B.

### A. Lectures suggérées

- Anderson, R., Kasper, J., Frankel, M.R. et autres (1979). **Total Survey Error**. Jossey-Bass, San Francisco.
- Belson, W.A. (1981). **The Design and Understanding of Survey Questions**. Gower, London.
- Berthier, N. et F. (1978). **Le sondage d'opinion**. Librairies techniques, Éditions sociales françaises, Paris.
- Bradburn, N.M., Sudman, S. et collègues (1979). **Improving Interview Method and Questionnaire Design**. Jossey-Bass, San Francisco.
- Casley, D.J. et Lury, D.A. (1981). **Data collection in Developing Countries**. Clarendon Press, Oxford.
- Committee on National Statistics (1979). **Privacy and Confidentiality as Factors in Survey Response**. National Academy of Sciences, Washington.
- Courtenay, G. (1977). **Structured Questionnaire Layout**. London Social and Community Planning Research Methodological Working Paper No. 9.
- Deroo, M. et Dussaix, A.M. (1980). **Pratiques et analyse des enquêtes par sondage**. Édition Presses universitaires de France, Paris.
- Ghiglione, R. et Matalon, B. (1980). **Les enquêtes sociologiques, théories et pratique**. Édition Armand Collin, Collection U, Paris.
- Groves, R.M. et Kahn, R.L. (1979). **Surveys by Telephone: A National Comparison with Personal Interviews**. Academic Press, New York.
- Hogarth, R.M., ed. (1982). **Question-Framing and Response Consistency**. Jossey-Bass, San Francisco.
- Hoinville, G., Jowell, R. et collègues (1977). **Survey Research Practice**. Heinemann Educational Books, London.
- Institut interaméricain de statistique (1981). **Guidelines and Recommendations for Experimental and Pilot Survey Activities in Connection with the Inter-American Household Survey Program**. Washington.
- Javeau, C. (1974). **L'enquête par questionnaire, manuel à l'usage du praticien**. Édition de l'Université de Bruxelles, Bruxelles.
- Labow, P. (1981). **Advanced Questionnaire Design**. Abt Books, Cambridge, Mass.
- Moser, C.A. et Kalton, G.J. (1972). **Survey Methods in Social Investigations**, 2nd édition. Basic Books, New York.

- Mucchielli, R. (1979). **Le questionnaire dans l'enquête psycho-sociale**. Librairies techniques, Éditions sociales françaises, Paris.
- Oppenheim, A.N. (1966). **Questionnaire Design and Attitude Measurement**. Basic Books, New York.
- Payne, S.L.B. (1951). **The Art of Asking Questions**. Princeton University Press, Princeton.
- Platek, R. et Timmons, P.F. (1975). Non-Sampling Errors, **Techniques d'enquête**, juin 1975, vol. 1 n° 1. Division des méthodes de recensement et d'enquêtes-ménages, Statistique Canada, Ottawa.
- Statistique Canada (1980). **Répertoire des concepts sociaux**, Division des normes, Ottawa. N° 12-560 au catalogue.
- Stoetzel, J. et Girard, A. (1979). **Les sondages d'opinion publique**. Édition Presses universitaires de France, Paris.
- Sudman, S. et Bradburn, N.M. (1974). **Response Effects in Surveys**. Aldine, Chicago.
- Tull, D.S. et Hawkins, D.I. (1976). **Recherche et décisions en marketing**. Traduction anglais 1973, 800 p. Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble.
- United Nations (1971). **Methodology of Demographic Sample Surveys**. Bureau de la statistique des Nations Unies, New York.
- Nations Unies (1981). **Handbook of Household Surveys** (projet de révision). Part 1, **General Survey Planning and Operations** (DP/UN/INT-79-020/2). Part 2, **Issues in Survey Content Design and Operations** (DP/UN/INT/79-020/2/Add.1). Part 3, **Selected Issues from Regional Survey Experience** (DP/UN/INT/79/020/2/Add.2). Bureau de la statistique des Nations Unies, New York.
- Nations Unies (1982a). **Survey Data Processing: A Review of Issues and Procedures** (DP/UN/INT-81-041/1). Bureau de la statistique des Nations Unies, New York.
- Nations Unies (1982b). **Non-Sampling Errors in Household Surveys: Sources, Assessment and Control** (DP/UN/INT-81-041/2). Bureau de la statistique des Nations Unies.
- Nations Unies (1982c). **Programme de mise en place de dispositifs nationaux d'enquête sur les ménages (PDNEM)** et National Statistical Services: Three Lectures at the Statistical Bureau, People's Republic of China, Beijing, November 1982, by S.A. Goldberg, Programme Coordinator, NHSCP (reference: 82-37769).
- Nations Unies - **Commission économique et sociale pour l'Asie et le Pacifique** (1981). **Enquêtes auprès de ménages en Asie: organisation et méthodes**. UN ESCAP, Bangkok.
- Van der Zouwen, J. et Kijkstra, W. (1982). **Response Behaviour in the Survey Interview**. Academic Press, New York.
- Warwick, D.P. et Lininger, C.A. (1975). **The Sample Survey: Theory and Practice**. McGraw Hill, New York.
- Enquête mondiale sur la fécondité, Londres. Un certain nombre d'exposés publics depuis 1973 au sujet de cette enquête contiennent des observations sur la conception des questionnaires utilisés dans les enquêtes sur la fécondité menées dans de nombreux pays. De plus, la série **Basic Documentation** comprend: n° 1 (mars 1975) **Core Questionnaires**, n° 10 (juin 1977) **Modifications to the WFS Core Questionnaires and Related Documents**. Voir aussi le compte rendu de juillet 1980 de la Conférence WFS et, en particulier, Scott, C. et Singh, S., **Problems of Data Collection in the World Fertility Survey** (Methodology Session, n° 1).

Publications périodiques qui valent la peine d'être lues régulièrement:

**The Journal of Marketing Research**  
**The Journal of the Market Research Society**  
**The Public Opinion Quarterly**  
**The Journal of Consumer Research.**

**B. Ouvrages de référence**

- Ashraf, A. (1975). The Methodology of the Canadian Travel Survey, *Techniques d'enquête*, vol. 1, n° 2, pp. 208-227.
- Bailar, B. (1976). Some Sources of Error and Their Effect on Census Statistics, *Demography*, vol. 13, n° 2, pp. 273-286.
- Berdie, D. et Anderson, J. (1974). *Questionnaires: Design and Use* (Metuchen, N.J., The Scarecrow Press).
- Beyle, H.C. (1932). A Scale for the Measurement of Attitude Toward Candidates for Elective Government Office. *American Political Science Review*, 26, pp. 527-544.
- Bushery, J.M. (1981). *Recall Biases for Different Reference Periods in the National Crime Survey*. Paper presented at the 141st Annual Meeting of the American Statistical Association, Detroit.
- Cannell, C.F., Miller, P. et Oksenberg, M.L. (1981). *Research on Interviewing Techniques*. In *Sociological Methodology, 1981* (S. Leinhardt, ed.), pp. 389-437. Jossey-Bass, San Francisco.
- Carlson, B.A. et coll. (1978). *Survey Design for Control of Measurement Errors in Developing Countries*: American Statistical Association, Proceedings of the Social Statistics Section, pp. 66-71.
- Chevry, G.R. (1962). *Pratique des enquêtes statistiques*. Presses universitaires de France, Paris.
- Chinnappa, B.N. et Wills, B. (1978). A Study of Refusal Rates to the Physical Measures Component of the Canada Health Survey, *Techniques d'enquête*, vol. 4, n° 2, pp. 100-114.
- Clarke, K.E. et Kreidt, P.H. (1948). An Application of Guttman's New Scaling Technique to an Attitude Questionnaire. *Educational and Psychological Measurement*, 8, pp. 215-233.
- Dudycha, G.J. (1943). A Critical Examination of the Measurement of Attitudes Toward War. *Journal of Social Psychology*, 39, pp. 846-860.
- Eysenck, H.J. et Crown, S. (1949). An Experimental Study in Opinion-Attitude Methodology. *International Journal of Opinion and Attitude Research*, 3, pp. 47-86.
- Ferguson, L.W. (1935). The Influence of Individual Attitudes on Construction of an Attitude Scale. *Journal of Social Psychology*, 6, pp. 115-117.
- Fernandez, E.W. et McKenney, N.R. (1978). *Identification of the Hispanic Population: A Review of Census Bureau Experiences*, American Statistical Association, Proceedings of the Social Statistics Section, pp. 358-363.
- Festinger, L. et Katz, D., eds. (1965). *Research Methods in the Behavioural Sciences*. Holt, Rinehart and Winston, New York.
- Forsythe, J.B. et Wilhite, D. (1972). *Testing alternative versions of Agricultural Census Questionnaires*. Proceedings of the Business and Economic Statistics Section, American Statistical Association, 1972, pp. 206-215.
- Gibson, C.O., Shapiro, G.M., Murphy, L.R. et Stanko, G.J. (1978). *Interaction of Survey Questions as it Relates to Interviewer-Respondent Bias*. Proceedings of the Section on Survey Research Methods, American Statistical Association, 1978, pp. 251-256.
- Gittus, E. (1972). *Key Variables in Social Research, Volume I: Religion, Housing, Locality*. Heinemann, London.
- Granneberg, R.T. (1955). The Influence of Individual Attitude and Attitude-Intelligence Interaction upon Scale Values of Attitude Items. *American Psychologist*, 10, pp. 330-331.
- Green, P.E. et Rao, V.R. (1971). Conjoint Measurement for Quantifying Judgemental Data. *Journal of Marketing Research*, 8, pp. 355-363.

- Guttman, L. (1950). **The Basis for Scalogram Analysis**, in S.S. Stouffer, ed., *Measurement and Prediction*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Hedges, B. (1979). Question-Wording Effects: Presenting One of Both Sides of a Case. *Statistician*, 28, pp. 83-101.
- Higginbotham, J.B. et Cox, K.K. (1979). **Focus Group Interviews: A Reader**. American Marketing Association, Chicago.
- Hinckley, E.D. (1932). The Influence of Individual Opinion on Construction of an Attitude Scale. *Journal of Social Psychology*, 33, pp. 77-102.
- Hursh-Cesar, G. et Roy, P., eds. (1976). **Third World Surveys: Survey Research in Developing Nations**. MacMillan Co. of India, Ltd., New Delhi.
- Johnson, R.M. (1974). Tradeoff Analysis of Consumer Values. *Journal of Marketing Research*, 11, pp. 121-127.
- Jones, J.M. (1972). **Psychological Contours of Black Athletic Performance and Expression**. Document présenté au Physical Education Symposium on Race and Sport, Slippery Rock State College, Slippery Rock, Pennsylvanie, juin 1972.
- Kalton, G., Roberts, J. et Holt, D. (1980). The Effects of Offering a Middle Response Option with Opinion Questions. *Statistician*, 29, pp. 65-78.
- Kalton, G. et Schuman, H. (1980). **The Effect of the Question on Survey Responses: A Review**. (With discussion by N.D. Rothwell and C.F. Turner.) Proceedings of the Section on Survey Research Methods, American Statistical Association, 1980, pp. 30-45.
- Kemsley, W., Redpath, R. et Holmes, M. (1980). **Family Expenditure Survey Handbook**. HMSO, London.
- Koch, G. (1973). An Alternative Approach to Multivariate Response Error Models for Sample Survey Data with Applications to Estimators Involving Subclass Means, *Journal of the American Statistical Association*, 68, pp. 906-913.
- Likert, R. (1932). **A Technique for the Measurement of Attitudes**. *Archives of Psychology*, No. 140.
- MacCrone, I.D. (1937). **Race Attitudes in Africa**. Oxford.
- Mamdani, M. (1972). **The Myth of Population Control**. Monthly Review Press, New York and London.
- Marquis, K.H., Marquis, M.S. et Polich, J.M. (1981). **Survey Response Errors for Sensitive Topics: The Problem is Noise Rather than Bias**, paper presented at the 141st Annual Meeting of the American Statistical Association, Detroit.
- National Center for Health Statistics (1972). **Optimal Recall Period for Reporting Persons Injured in Motor Vehicle Accidents**. Vital and Health Statistics, Series 2, No. 50. U.S. Government Printing Office, Washington, D.C.
- Neter, J. et Waksberg, J. (1965). **Response Errors in Collection of Expenditures Data by Household Interviews: An Experimental Study**. Bureau of the Census Technical Paper No. 11. U.S. Government Printing Office, Washington, D.C.
- Platek, R. (1980). Causes of Incomplete Data, Adjustments and Effects, *Techniques d'enquête*, vol. 6, n° 2, pp. 93-132.
- Platek, R. et Singh, M.P. (1981). **Cost Benefit Analysis of Controls in Surveys, Current Topics in Survey Sampling**. Academic Press, New York.
- Podell, L. et Perkins, J.C. (1957). A Guttman Scale for Sexual Experience - a Methodological Note. *Journal of Abnormal Psychology*, 54, pp. 420-422.
- Remers, H.H. (1943), ed., *Studies in Attitudes*. Purdue University Studies in Higher Education, 26. *Bulletin of Purdue University*, 35, No. 4.

- Scherr, M.G. (1980). **The Use of Focus Group Interviews to Improve the Design of an Administrative Form: A Case Study at the Social Security Administration.** Proceedings of the Section on Survey Research Methods, American Statistical Association, Washington.
- Schuman, H. et Presser, S. (1981). **Questions and Answers in Attitude Surveys: Experiments in Question Form, Wording and Context.** Academic Press, New York.
- Scott, C. et Singh, S. (1980). **Voir Enquête mondiale sur la Fécondité.**
- Scott, W.A. (1968). **Attitude Measurement.** In Vol. 2, G. Lindzey et E. Aronson, **The Handbook of Social Psychology**, 2nd Edition. Addison-Wesley, London.
- Shimizu, I.M. et Bonham, G.S. (1978). **Randomized Response Technique in a National Survey.** *Journal of the American Statistical Association*, 73, pp. 35-39.
- Sirken, M.G. (1972). **Laboratories for Population Statistics Manual Series, No. 3: Designing Forms for Demographic Surveys.** University of North Carolina, Chapel Hill.
- Sirken, M.G. (1977). **El Diseno de Cuestionarios para las Encuestas Demograficas.** *Estadistica* 31, pp. 127-179. (Traduction espagnole de la rubrique précédente.)
- Statistique Canada (1979). **Conception des questionnaires, 2e édition,** Secrétariat des activités statistiques fédérales, Ottawa.
- Sundam, S. (1980). **Reducing Response Errors in Surveys.** *Statistician*, 29, pp. 237-273.
- Thurstone, L.L. (1932). **The Measurement of Social Attitudes.** University of Chicago Press.
- Thurstone, L.L. et Chave, E.J. (1929). **The Measurement of Attitudes.** Chicago: University of Chicago Press.
- U.S. Bureau of the Census (1965). **Atlantida, A Case Study in Household Sample Surveys. Unit II, Content and Design of Household Surveys.** Washington, Series ISPO #1.
- U.S. Bureau of the Census (1979). **Popstan - A Case Study for the 1980 Census of Population and Housing. Part B: Planning and Preparation for the Popstan Census; Chapter 7: Design of Questionnaires and Administrative Forms.** Statistical Training Document ISP-TR-48, Washington, D.C.
- Wallin, P. (1953). **A Guttman Scale for Measuring Women's Neighborliness.** *The American Journal of Sociology*, 59, pp. 243-246.
- Zdep, S.M. et Rhodes, I.N. (1976). **Making the Randomized Response Technique Work.** *Public Opinion Quarterly*, 40, pp. 531-537.

Ca OOS

Statistics Canada Library  
Bibliothèque Statistique Canada



1010069107

