

**François de Singly**

# **LE QUESTIONNAIRE**

**5<sup>e</sup> édition**

**ARMAND COLIN**

## Parmi les publications du même auteur

- Fortune et Infortune de la femme mariée*, Paris, PUF, 1987, 4<sup>e</sup> éd. 2004.  
*Gens du privé, gens du public*, avec Claude Thélot, Paris, Dunod, 1989.  
*Le Soi, le couple et la famille*, Paris, Nathan, 1996, 2<sup>e</sup> éd., Paris, Armand Colin, 2016.  
*Libres ensemble. L'individualisme dans la vie commune*, Paris, Nathan, 2000, 2<sup>e</sup> éd., Paris, Armand Colin, 2016.  
*Les uns avec les autres*, Paris, Armand Colin, 2003.  
*Politiques de l'individualisme*, avec Philippe Corcuff, Jacques Ion, Paris, Textuel, 2005.  
*Les adonnaisants*, Paris, Armand Colin, 2006.  
*Séparée. Vivre l'expérience de la rupture*, Paris, Armand Colin, 2011.  
*Vivre en famille à Paris*, avec Christophe Giraud, Paris, Armand Colin, 2012.  
*Apprendre la sociologie par l'exemple*, avec Christophe Giraud, Olivier Martin (dir.), Paris, Armand Colin, 2016.  
*Sociologie de la famille contemporaine*, Paris, Armand Colin, coll. « 128 », 6<sup>e</sup> éd., 2017.  
*Double Je. Identité personnelle et identité statutaire*, Paris, Armand Colin, 2017.  
*L'individu et ses sociologies*, avec Danilo Martuccelli, Paris, Armand Colin, 2018.  
*L'individualisme est un humanisme*, La Tour d'Aigues, Editions de l'Aube, nouvelle éd., 2019.

Mise en page : Belle Page

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1<sup>er</sup> juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée. Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du

droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Armand Colin, 2020.

© Nathan, 1992 pour la 1<sup>re</sup> édition.

Armand Colin est une marque de  
Dunod Éditeur, 11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff

ISBN : 978-2-200-62687-7

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2<sup>o</sup> et 3<sup>o</sup> a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

# Sommaire

<b>Introduction</b> .....	9
1. Aux chiffres, la patrie reconnaissante .....	9
2. Une double compétence .....	10
<b>I. Pourquoi produire des chiffres ?</b> .....	11
1. Les chiffres « descriptifs » .....	11
1.1 Dénombrer .....	11
1.2 Pour quoi faire ? .....	12
1.3 Sonder .....	13
1.4 Produire des « chiffres majoritaires » .....	14
2. Les chiffres « explicatifs » .....	15
2.1 Le rôle de la statistique .....	15
2.2 La définition de la procédure de l'objectivation .....	16
2.3 L'objectivation n'est pas l'objectivité .....	18
2.4 Les degrés inégaux de l'objectivation sociale .....	19
2.5 Le choix de la méthode .....	19
2.6 Le regard des acteurs .....	20
<b>2. La conception du questionnaire</b> .....	23
1. Construire l'objet de l'enquête .....	23
1.1 L'explication d'une pratique ou d'un usage .....	23
1.2 La pertinence d'une question .....	24
1.3 La description des pratiques étudiées .....	25
1.4 Les indicateurs d'une notion .....	26
1.5 La multiplicité nécessaire des questions .....	28

2. Avoir des idées .....	29
2.1 Mener de front trois choses .....	29
2.2 L'invention des hypothèses .....	30
3. Les deux parties d'un questionnaire.....	31
3.1 Les variables indépendantes .....	31
3.2 Les variables dépendantes .....	32
4. L'importance des questions	
sur les représentations personnelles.....	33
4.1 La réhabilitation des questions	
sur les préférences, les motivations, les goûts .....	34
4.2 Le sens des questions d'opinion	
dans le cadre d'une théorie de l'habitus .....	35
4.3 Pour une sociologie des écarts	
entre mesure objective et sentiment subjectif .....	36
5. L'échantillon .....	37
5.1 L'idéal statistique .....	38
5.2 La méthode des quotas.....	38
5.3 Les échantillons stratifiés.....	39
5.4 L'étude des publics .....	41
<b>3. La fabrication du questionnaire :</b>	
<b>les déterminants sociaux.....</b>	<b>44</b>
1. Le sexe et l'âge.....	44
1.1 Le sexe .....	44
1.2 L'âge .....	45
2. Les richesses sociales personnelles et familiales .....	45
2.1 La position sociale d'un individu.....	45
2.2 Le capital scolaire.....	49
2.3 Le capital économique .....	50
2.4 La santé.....	51

3. Les dimensions familiales de l'identité .....	51
3.1 L'origine sociale .....	51
3.2 La position sociale du couple ou de la famille .....	52
3.3 Les richesses culturelles du partenaire .....	54
3.4 L'enracinement familial .....	54
3.5. La forme de la vie familiale .....	54
3.6 L'instabilité du cadre familial .....	56
4. D'autres dimensions identitaires .....	56
4.1 L'origine « ethnique » .....	56
4.2 La religion et la politique .....	58
4.3 La coloration de son monde et du monde .....	58
5. Le talon spécifique .....	59
5.1 Des degrés variables de précision .....	59
5.2 Des variables relationnelles .....	59
<b>4. La fabrication du questionnaire :</b>	
<b>les règles du questionnement .....</b>	<b>61</b>
1. Questions de fait, questions d'opinion .....	61
1.1 Privilégier les questions de fait .....	61
1.2 Utiliser le passé composé et un cadre temporel .....	62
1.3 La procédure du carnet .....	64
1.4 Se méfier de la mémoire .....	65
1.5 Inclure des questions sur les jugements et les justifications .....	65
2. Questions ouvertes, questions fermées .....	66
2.1 L'intérêt des questions ouvertes .....	66
2.2 L'inconvénient des questions ouvertes .....	67
2.3 Une position de compromis .....	68

3. Règles pour lutter contre l'effet d'imposition d'une problématique .....	70
3.1 Inclure une option « sans opinion » .....	71
3.2 Établir un équilibre entre les modalités positives et les modalités négatives .....	71
3.3 Être vigilant à la tonalité des mots .....	72
3.4 Autoriser les doubles ou triples réponses.....	72
4. Règles pour favoriser l'expression personnelle .....	74
4.1 Être attentif aux mots introductifs .....	75
4.2 Garantir la protection des personnes .....	76
4.3 Satisfaire l'exigence de cohérence expressive .....	78
4.4 Faire attention au problème de la délégation .....	78
4.5 Faire attention à de « fausses » pratiques personnelles ....	80
5. Règles pour éviter les erreurs techniques .....	81
5.1 Ne mettre qu'une question par question.....	81
5.2 Ménager la mémoire des individus interrogés.....	81
5.3 Proposer, pour les questions d'opinion ou d'attitudes, un continuum incluant des réponses extrêmes et des réponses « centristes » .....	82
5.4 Éviter les négations et les doubles négations.....	82
5.5 Appréhender au mieux les intensités et les fréquences des pratiques .....	82
5.6 Maîtriser l'ordre des questions.....	83
5.7 Penser à remercier .....	84
5.8 Maîtriser la passation du questionnaire .....	84
5.9 Maîtriser la situation d'enquête .....	85
<b>5. L'exploitation du questionnaire.....</b>	<b>88</b>
1. Le codage .....	88
1.1 La construction d'un indice .....	89
1.2 Le score .....	91
1.3 La typologie .....	92

2. Apprendre à lire un tableau .....	95
3. La maîtrise de l'analyse multivariée.....	103
4. La demande de tableaux.....	113
4.1 La fabrication d'un bon tableau .....	113
4.2 Quantitatif et qualitatif .....	114
4.3 Une lecture systématique du questionnaire .....	114
4.5 Une analyse des cas paradoxaux ou déviants.....	116
5. L'écriture du compte rendu.....	118
5.1 Le sommaire.....	118
5.2 Modeler les données.....	119
5.3 Le travail de l'écriture.....	120
<b>Conclusion.....</b>	<b>123</b>
<b>Lectures complémentaires.....</b>	<b>125</b>





# Introduction

« En bé aie t'ai, embêter  
En qué aie t'ai, enquêter  
V'ai aine, tends t'ai à tive, vaines tentatives »

J.-P. Brisset, *Les Origines humaines*, 1913.

## I. Aux chiffres, la patrie reconnaissante

Sur la place du Panthéon, trois enfants de neuf ans arrêtent des piétons pour leur faire passer un très bref questionnaire : « Aimez-vous les hamburgers : oui, non ? » Cette enquête devait, peut-être, illustrer un cours sur la diététique et montrer par le nombre de réponses positives combien les saines préoccupations nutritionnistes étaient ignorées du public. Peu importe, ces enfants découvraient, à l'ombre des Grands Hommes qui ont guidé la République, qu'ils vivaient dans une société où désormais ce sont plutôt les chiffres qui doivent orienter l'action des citoyens et qui servent d'argument majeur.

En effet, dans les pays occidentaux s'est imposé progressivement le réalisme scientifique. La bonne représentation de la réalité doit passer par le chiffre : à chaque jour son sondage ; à chaque magazine sa rubrique de chiffres qui comptent ; à chaque discours politique sa panoplie d'indices significatifs ; à chaque négociation les données chiffrées qui justifient ou non le refus des revendications. Pendant le confinement, la France s'arrêtait le soir pour découvrir le nombre de morts du Covid 19. Devant de tels faits<sup>1</sup>, nous sommes priés de nous incliner. « L'empire des chiffres »<sup>2</sup> s'étend sur toute la terre...

---

1. Dont la comparaison des modes de compter selon les pays démontre que ce ne sont pas des « données », mais bien des constructions sociales.

2. Titre de l'ouvrage d'Olivier Martin, Paris, A. Colin, 2020.

Les instituts des études statistiques, de sondages, ont contribué à propager la foi en la vérité révélée des chiffres. En France, pendant les années soixante, la sociologie s'est également convertie, au moins pour une part, à l'idée d'une connaissance empirique et systématique de la réalité, et au recours aux données quantitatives comme moyen privilégié d'appréhension des faits sociaux. C'est à cette époque que sont apparus dans l'enseignement universitaire de sociologie des cours de méthodologie. Aujourd'hui, savoir lire et produire des chiffres est considéré comme une compétence que doivent posséder les étudiants de sciences sociales. Elle ne doit pas être réservée aux producteurs de données statistiques à partir de grands échantillons comme l'INSEE, l'INED, la DARES, ou comme les instituts de sondage.

## 2. Une double compétence

Ce livre veut être un soutien à cet apprentissage de l'enquête par questionnaire. Pour commencer, un détour nous entraînera à la découverte des chiffres qui circulent dans les sociétés démocratiques et de leur fonction sociale afin d'éviter la confusion entre les chiffres descriptifs et les chiffres explicatifs (chapitre 1).

Ensuite, l'art du questionnaire sera enseigné en trois moments :

- la conception de l'enquête, avec la définition de l'objet, la structure du questionnaire, la recherche des indicateurs, le choix de l'échantillon (chapitre 2) ;
- la fabrication du questionnaire en deux parties – le repérage des activités et des opinions, les indicateurs des déterminants sociaux – en référence aux règles du questionnement (chapitres 3 et 4) ;
- l'exploitation des données, avec le codage de l'information, l'apprentissage de la lecture des tableaux croisés, la demande de sortie des données, leur commentaire, et l'écriture du compte rendu d'enquête (chapitre 5).

Cette initiation à la production des chiffres « sociologiques » veut être pratique. Elle s'adresse d'abord à des personnes (étudiants en sciences sociales, professionnels du secteur social, cadres des collectivités territoriales, chargés d'études) qui doivent concevoir et fabriquer des enquêtes, et ensuite aux individus qui, sans produire eux-mêmes, souhaitent mieux comprendre la logique d'une telle démarche. Mais elle évitera les raffinements statistiques : aucun préalable mathématique autre que le calcul de pourcentages n'est requis ! Pour exploiter une enquête, la méthodologie des tableaux croisant plusieurs variables suffit.

En revanche, la maîtrise des règles techniques pour la formulation des questions ou pour la lecture des tableaux ne sera pas dissociée d'une réflexion permanente sur le sens des données ainsi construites. Les contraintes techniques et quantitatives ne doivent jamais s'autonomiser sous le prétexte de méthodologie : tous les temps de l'enquête sont simultanément empiriques et théoriques.