

JOURNAL DE LA SOCIÉTÉ STATISTIQUE DE PARIS

JACQUES ANTOINE

Le plan « à cinq dimensions » pour l'élaboration du questionnaire

Journal de la société statistique de Paris, tome 97 (1956), p. 65-71

http://www.numdam.org/item?id=JSFS_1956__97__65_0

© Société de statistique de Paris, 1956, tous droits réservés.

L'accès aux archives de la revue « Journal de la société statistique de Paris » (<http://publications-sfds.math.cnrs.fr/index.php/J-SFdS>) implique l'accord avec les conditions générales d'utilisation (<http://www.numdam.org/conditions>). Toute utilisation commerciale ou impression systématique est constitutive d'une infraction pénale. Toute copie ou impression de ce fichier doit contenir la présente mention de copyright.

NUMDAM

Article numérisé dans le cadre du programme
Numérisation de documents anciens mathématiques
<http://www.numdam.org/>

VIII

VARIÉTÉ

Le plan « à cinq dimensions » pour l'élaboration du questionnaire

Extrait de *A Guide to Public Opinion Polls* de George GALLUP,

Traduit par M. ANTOINE, Administrateur à l'I. N. S. E. E.

La rédaction du questionnaire et la formulation des questions est un des problèmes les plus importants de l'élaboration statistique et un des plus mal connus. Aux États-Unis, depuis que les enquêtes par sondage y ont pris l'extension que l'on sait, les statisticiens ont eu les moyens d'étudier spécialement ces problèmes et de procéder à leur sujet à de véritables expérimentations, ce qui leur a permis de formuler quelques règles que l'on trouve dans plusieurs ouvrages consacrés à la technique de l'enquête par sondage. On pourra voir notamment à ce propos The art of asking questions par Stanley L. Payne, en n'oubliant pas toutefois que les observations ou règles présentées ont parfois besoin d'être revues pour les adapter à la mentalité particulière du public français.

Dans cet ordre d'idées, il a paru intéressant de publier la traduction ci-dessous d'un passage de l'ouvrage de George Gallup. L'expérience montrant qu'il est difficile de faire exprimer par les enquêtes leur opinion sur un sujet donné, l'auteur a imaginé de les enserrer dans un faisceau de 5 catégories de questions qui se complètent et s'éclairent mutuellement.

On rapprochera ce procédé de celui qui a consisté, au recensement de la population de la France en 1954, à saisir les personnes actives d'un semblable faisceau de questions relatives à leur activité professionnelle.

*
* *

La plupart des questions posées par les organismes d'étude de l'opinion publique ont pour but de découvrir comment le public voterait si les mêmes questions étaient posées aux électeurs dans un référendum national. Pour cette raison la plupart des questions sont du type réponse « OUI » ou « NON ».

Ce processus représente la méthode la plus simple et certainement la moins discutable pour déterminer l'opinion de la majorité. Il fournit une mesure quantitative de l'opinion publique.

De nombreux chercheurs préfèrent parler d'opinion publique en un sens qualitatif. Ils s'intéressent à la description des nombreuses faces de l'opinion publique tout autant qu'à la mesure de la grandeur relative des groupes opposés.

Afin de mesurer les aspects qualitatifs de l'opinion publique, l'Institut Américain d'Opinion Publique a élaboré un plan de construction du question-

naire qui est particulièrement applicable aux questions d'actualité. On a appelé ce système « à cinq dimensions » parce qu'il donne le moyen de mesurer cinq aspects différents de l'opinion.

En dehors de cette expérience de mesure de l'opinion qui a porté sur des centaines de questions (1), s'est dégagée une conception du questionnaire qui consiste en une combinaison de questions. C'est une méthode qui peut être utilisée pour tester l'opinion publique sur presque n'importe quel genre de sujet et à tous les niveaux de la formation de l'opinion.

Plus précisément, l'approche à cinq dimensions cherche à surmonter les critiques suivantes adressées aux enquêtes d'opinion publique :

1^o Le reproche selon lequel des questions sont posées à des personnes qui n'ont absolument aucune connaissance de l'objet de l'enquête.

2^o La critique qu'aucune distinction ne soit faite entre ceux qui donnent la première réponse leur venant à l'esprit et ceux qui ont réellement pesé le pour et le contre de la question.

3^o L'objection selon laquelle les termes d'une question ne signifient pas toujours la même chose pour tout le monde.

4^o L'affirmation que l'on se repose entièrement sur des questions à réponse « OUI » ou « NON », alors que certaines questions complexes ne peuvent pas être ramenées à une simple alternative.

5^o Le reproche suivant lequel on ignore le « pourquoi » de l'opinion publique, facteur que certains critiques croient être d'une importance égale à la façon dont le public se divise sur une question donnée.

6^o La critique selon laquelle on néglige l'intensité des opinions des groupes majoritaires ou minoritaires.

Ces points constituent l'essentiel des critiques formulées à l'heure actuelle à l'égard des techniques du questionnaire.

* * *

Le plan à cinq dimensions utilise cinq catégories de questions. A l'intérieur de chaque grande catégorie un certain nombre de questions peuvent être posées, suivant le sujet et les circonstances. En fait, cinq ou six questions seulement sont nécessaires pour couvrir l'ensemble des cinq catégories. Il est donc surtout utile de considérer ce système comme une méthode extrêmement souple permettant d'être développée ou réduite pour répondre aux exigences d'une situation donnée.

Bien que quelques modifications soient possibles dans l'ordre suivant lequel les questions sont posées, il apparaîtra évident que les deux premières questions doivent figurer dans l'ordre indiqué. Les cinq types de questions sont les suivants (2) :

1. — Question filtre ou d'information.

(1) L'auteur vient de dire quelques mots de la méthode du double questionnaire (une version A et une version B) permettant de tester l'influence de la rédaction des questions, sur les réponses (note du traducteur).

(2) La suite du texte explique ce qu'il faut entendre dans chacune des rubriques. Pour s'en faire une idée rapide, on pourra se reporter à l'exemple donné à la fin du texte (N. d. T.).

2. — Question ouverte ou à réponse libre.
3. — Question précise ou alternative (question « fermée »).
4. — Motifs (question « pourquoi »).
5. — Intensité.

1. — La première catégorie de questions dans l'approche à cinq dimensions comprend les questions « filtre » et les questions d'information. Elles ont pour but de découvrir si l'enquêté a déjà fait attention ou réfléchi à la question. On peut utiliser de nombreuses formes de questions « filtre »; l'une d'elles s'est avérée particulièrement utile, en ce qui concerne en particulier les projets de loi. C'est la suivante : « Avez-vous entendu dire quelque chose ou avez-vous lu quelque chose au sujet de tel projet...? ». La personne qui n'a entendu parler de rien et n'a rien lu à propos d'un projet de loi avant le vote du Congrès n'est évidemment pas équipée pour donner une opinion à son sujet. Un effort devra être fait, un peu plus tard au cours de l'interview pour décrire le projet en question et pour obtenir l'opinion de l'enquêté; mais le fait qu'il n'a rien entendu dire ni lu à ce sujet est un filtre très utile à l'égard des questions qui suivent.

Une réponse « OUI » à la question filtre mentionnée ci-dessus n'est pas une preuve que l'enquêté a effectivement lu ou entendu parler d'un certain projet. Il est nécessaire de poursuivre l'interrogatoire pour établir cette connaissance ou ce manque de connaissance.

Les questions qui suivent la question préliminaire ou la question filtre demandent à la personne interrogée de prouver qu'elle a quelque familiarité avec le sujet. S'il s'agit par exemple de réviser la loi Taft-Harley (1), les questions-test peuvent lui demander de répondre à quelques-unes parmi une douzaine de questions simples portant sur les caractéristiques de base de la loi : « Que dit-elle sur les contrats « closed-shop »? (2). « Que dit-elle à propos des activités politiques des syndicats? » etc...

De cette façon un certain nombre de questions peuvent être posées à chaque personne enquêtée pour déterminer exactement quel niveau d'information elle possède. Et naturellement, les réponses peuvent être tabulées de façon à montrer les opinions des personnes en fonction de leurs différents degrés d'information.

Un autre type de question peut être employé pour déterminer la quantité et le caractère des informations que possède l'enquêté sur un sujet donné. Dans une première partie de la question on demande à la personne de citer les principaux arguments en faveur d'une proposition donnée et dans une deuxième partie de citer les principaux arguments contre. Ce genre de question donne l'assurance que la personne a réfléchi suffisamment à une question pour être capable de peser les arguments pour et contre. En ce sens, il peut être utilisé avec succès pour régler le cas des jugements rapides, c'est-à-dire des personnes qui donnent la première réponse leur venant à l'esprit.

(1) La loi Taft-Harley est le texte de base régissant l'activité des Syndicats aux États-Unis (N. d. T.).

(2) Aux termes d'un contrat de « Closed shop », un employeur s'engage à n'embaucher que des membres des syndicats (N. d. T.).

Ajouter des questions sur l'information aux questions d'opinion sur le même sujet ouvre tout un domaine nouveau aux chercheurs en matière d'opinion publique. Il devient possible de mettre en corrélation l'opinion avec la quantité et le caractère de l'information, ou le manque d'information.

2. — La seconde catégorie comprend les questions « ouvertes » ou à « réponse libre ». De telles questions sont utiles, lorsqu'on touche des personnes n'ayant pas une opinion structurée, pour déceler l'orientation de leur pensée. Les questions ouvertes sont utiles en ce qu'elles mettent en lumière les attitudes générales. Comme elles permettent aux gens d'exprimer leurs idées sans aucune limitation, elles révèlent souvent des points de vue importants qui auraient pu passer inaperçus autrement.

De plus, et ceci est très important, l'Institut a trouvé que les questions ouvertes posées dans le cadre du plan à cinq dimensions pouvaient être interprétées de façon plus précise à cause des points de référence fournis par le plan. La grande difficulté de tabulation et d'interprétation des réponses aux questions ouvertes a milité contre leur emploi à grande échelle dans les enquêtes d'opinion publique. Une ou plusieurs questions ouvertes peuvent être incluses dans la deuxième catégorie; elles sont analogues aux questions non orientées utilisées dans les interviews en profondeur.

3. — Dans la troisième catégorie viennent les questions qui présentent des propositions précises et demandent généralement une réponse « oui » ou une réponse « non ». Ce sont les questions qui demandent au public de se lever et de se compter; ce sont les questions les plus utiles de toutes pour la prévision du comportement.

Les questions complexes doivent être subdivisées en questions spécifiques ou catégoriques. Ceci est également nécessaire lorsque deux facteurs ou plus interviennent dans une question donnée.

A l'occasion, il peut être désirable d'expliquer la question aux enquêtés de façon à obtenir les points de vue du nombre maximum de votants — à la fois de ceux qui ont passé le filtre-test avec succès et de ceux qui ont échoué. Il est ainsi possible de tenir compte du facteur « éducation »; on peut également contrôler le fait que les personnes les moins bien informées sont généralement les personnes de faible niveau de vie.

Les questions ouvertes de la seconde catégorie fournissent un moyen de juger les réponses aux questions spécifiques et leurs commentaires. En comparant l'opinion de ceux qui ont passé avec succès le filtre et les tests d'information avec celle de ceux qui ont échoué, une plus grande lumière peut être jetée sur les facteurs qui ont influencé l'opinion sur les questions étudiées.

Tous les organismes d'enquêtes permettent aux enquêtés de répondre par « sans opinion » aux questions spécifiques. L'avantage particulier que procure le plan à cinq dimensions est de permettre une meilleure interprétation du groupe des réponses « sans opinion ». Sans les questions filtre ou les questions ouvertes, il n'est pas possible de savoir si un enquêté qui dit ne pas avoir d'opinion répond ainsi parce qu'il ne sait rien de la question ou s'il répond ainsi parce que, après avoir pesé le pour et le contre d'une question, il ne peut se classer ni dans les « oui » ni dans les « non ».

Bien que les expériences destinées à voir comment les questions à choix multiple ou question « de cafeteria » (1) trouvent leur place dans le plan à cinq dimensions, soient actuellement en cours, on peut dire qu'il y a de bonnes raisons de croire que ce plan corrigera certaines des insuffisances qui ont été relevées à l'égard des questions à choix multiple telles qu'elles ont été employées jusqu'à présent dans les enquêtes d'opinion publique.

La question à choix multiple offre une échelle d'attitudes composée de trois affirmations au moins, se classant d'une position extrême à l'autre. Il est demandé aux enquêtés de choisir l'affirmation qui correspond le mieux à leur propre point de vue. Les insuffisances de cette approche sont essentiellement les trois suivantes :

1^o Il est difficile de proposer des réponses qui représentent toute la gamme des opinions et qui soient mutuellement exclusives.

2^o Les enquêtés qui n'ont pas d'information sur la question ont une forte tendance à choisir l'une des réponses possibles, (les « sans opinion » sont presque toujours très peu nombreux quelle que soit la complexité de la question).

3^o Les enquêtés ont une tendance marquée à éviter les positions extrêmes.

En filtrant les personnes qui n'ont pas d'information sur la question, les réponses « sans opinion » s'interprètent de façon beaucoup plus réaliste. Et les questions ouvertes du plan fournissent au moins quelque information sur le fait de savoir si les alternatives offertes à l'enquêté représentent à peu près convenablement la gamme des opinions sur la question. Enfin, les réponses aux questions ouvertes aussi bien que celles aux questions d'intensité fournissent une indication sur le fait de savoir si c'est consciemment ou inconsciemment que les positions extrêmes de l'échelle ont été évitées.

Il reste à voir si le type de question à choix multiple ajoutera quelque chose au plan à cinq dimensions ou non. Tant que les expériences actuelles ne sont pas achevées, il ne peut être répondu à cette question.

4. — Dans la quatrième catégorie, viennent les questions destinées à nous apprendre pourquoi les enquêtés soutiennent leur point de vue. Souvent on peut poser ces questions après avoir posé les questions ouvertes (2^e groupe), sans attendre d'avoir posé les questions spécifiques (3^e groupe). En fait, elles forment souvent une partie de la réponse de l'enquêté à la question ouverte.

Les questions « pourquoi » permettent de tester l'opinion sous un angle particulier; de plus elles aident à décrire qualitativement l'opinion.

5. — Dans la cinquième catégorie, entrent les questions destinées à mesurer l'intensité avec laquelle sont soutenues les opinions. En général, cette question (ou ces questions), ajoutée dans le but de mesurer l'intensité, trouve mieux sa place dans le questionnaire après les questions spécifiques (3^e groupe), bien qu'on puisse la poser après la question ouverte (2^e groupe) s'il y a une raison particulière à cela.

On a employé différentes questions pour mesurer l'intensité du sentiment

(1) L'origine de ce surnom semble la suivante : dans une cafeteria, le consommateur choisit lui-même entre différentes consommations offertes; de même l'enquêté doit choisir lui-même l'une des réponses proposées par la question à choix multiple (N. d. T.).

dans les enquêtes d'opinion publique. Celle qui a été utilisée peut-être le plus souvent est la suivante : « A quel degré ressentez-vous cette opinion? Très vivement, assez vivement ou pas vivement du tout? »

*
* *

Le plan à cinq dimensions peut être appliqué sans difficulté à presque n'importe quel sujet. Parmi les sujets d'intérêt national, l'Institut Américain d'Opinion Publique n'en a pas encore trouvé un seul qui ne se prête pas à l'approche à cinq dimensions.

Le plan à cinq dimensions n'est pas la solution parfaite à tous les problèmes rencontrés dans le domaine de l'élaboration du questionnaire. On ne peut prétendre non plus que ce plan doive toujours être adopté dans les enquêtes d'opinion publique. Il y a de nombreux cas où ce serait une perte de temps et d'effort et il y a des cas où d'autres techniques du questionnaire sont plus utiles.

La question de l'aide américaine à la Grèce est un exemple d'application de la méthode à un cas concret. Peu après l'annonce, en mars 1947, du plan Truman d'aide à la Grèce, l'Institut Américain d'Opinion Publique posa les questions suivantes.

- | | |
|--------------------------------|--|
| 1. — Questions
filtre. | — Avez-vous lu ou entendu le discours du Président Truman au Congrès, demandant 400 millions de dollars pour aider la Grèce et la Turquie?
— A votre avis, quelles sont les principales raisons d'aider la Grèce et la Turquie?
— A votre avis, quelles sont les principales raisons contre l'aide à la Grèce et à la Turquie? |
| <hr/> | |
| 2. — Question
ouverte. | — Quel est votre sentiment sur ce que nous devrions faire à ce propos? |
| <hr/> | |
| 3. — Questions
fermées. | — Aimeriez-vous voir votre député voter pour ou contre la loi des 250 millions de dollars d'aide à la Grèce?
— Aimeriez-vous voir votre député voter pour ou contre la loi des 150 millions de dollars d'aide à la Turquie? |
| <hr/> | |
| 4. — Question
« pourquoi ». | — Pourquoi avez-vous cette opinion? |
| <hr/> | |
| 5. — Intensité. | — A quel degré ressentez-vous cette opinion? Très vivement, assez vivement ou pas vivement du tout? |

*
* *

Le plan à cinq dimensions d'élaboration du questionnaire fournit donc aux organismes d'enquête un moyen pratique de tester cinq aspects de l'opinion publique sur les questions d'actualité. Il répond aux critiques les plus fréquemment exprimées à l'égard des techniques du questionnaire d'enquête.

Plus précisément, le plan à cinq dimensions permet d'exclure toutes les personnes qui, sur un sujet donné, « ne savent pas de quoi elles parlent ». Grâce aux questions

filtre et aux questions d'information, il est possible d'obtenir les opinions de personnes représentant tous les degrés de connaissance de la question étudiée. La faculté de mettre les opinions en corrélation avec le degré et le genre d'information possédés par les personnes comprises dans l'enquête ouvre une nouvelle voie dans l'étude des facteurs qui influencent l'opinion publique sur les questions importantes à l'ordre du jour.

Les avantages des questions libres et des questions fermées sont conservés dans ce plan ; de plus, l'inclusion d'autres points de référence, fournis par le plan lui-même, rend possible une interprétation plus précise des réponses à ces deux types de questions.

Ce plan permet de tester plus profondément les raisons pour lesquelles les gens soutiennent leurs points de vue. Et, enfin, l'information sur l'intensité des opinions de la majorité et de la minorité est partie intégrante du questionnaire.

Ce qui est sans doute le plus important, c'est que les informations obtenues en testant les cinq aspects de l'opinion publique compris dans le plan peuvent être mises en corrélation entre elles ; il y a là une source très riche de données permettant de décrire l'opinion publique sur toute question d'actualité.

Il n'est pas nécessaire de se servir du plan à cinq dimensions dans tous les cas. Cependant ceux qui l'ont employé estiment qu'il fournit une méthode d'enquête d'opinion qui, non seulement satisfait aux exigences pratiques des organismes d'étude de l'opinion publique, mais permet encore une description plus complète et plus significative de l'opinion publique.
