Chapitre 4

Le sondage : mesure de fait, d'attitude et d'opinion

Pierre Noreau*

Introduction 107
I. Le sondage, les possibilités et les limites 108
II. Quelques postulats 109
III. Qu'est-ce qui se mesure ? 110
IV. Population et échantillon 111
V. La construction d'un questionnaire 112
VI. Terrains et cueillette 116
VII. La formulation des questions 119
VIII. Le choix des échelles 123
IX. La concordance des questions et des échelles 126
X. Les questions ouvertes 126
XI. L'analyse des données 127
Conclusion 128

* Centre de recherche en droit public, Université de Montréal.

04-Noreau.indd 105 2022-03-10 4:00 p.m.

Introduction

Dans le domaine des études empiriques en droit, le sondage constitue un outil puissant. Combiné à la mesure qualitative, il rend possible l'observation de ce que Ehrlich appelait le droit vivant[1], un concept souvent repris par la sociologie américaine, et au Québec également, par des chercheurs comme Jean-Guy Belley[2] et Emmanuelle Bernheim[3].

On traite plus particulièrement ici d'enquêtes menées par questionnaire, composé pour l'essentiel de questions fermées et administrées par voie téléphonique, par courriel, en présentiel ou par Internet auprès d'une population ou d'un échantillon tiré aléatoirement de cette population : résidents québécois, justiciables, praticiens, personnel, policiers, politique, juges, etc. Bref, tout type d'acteur susceptible de jouer de près ou de loin un rôle dans la définition, dans l'interprétation, l'application ou la mise en œuvre du droit[4].

En tant que méthode d'enquête, le sondage n'épuise pas le sujet de la recherche quantitative dans le domaine du droit et de la justice. Celle-ci peut en effet emprunter une multitude de formes : analyse lexicale des lois, des règlements et des jugements, analyse systématique de données tirées des dossiers judiciaires, compilation des récurrences comportementales dans la mise en œuvre quotidienne du droit, analyse de données tirées des rapports d'événement en matière criminelle, statistique sur l'autoreprésentation au sein de certaines juridictions, études du profil des usagers du système judiciaire, des bénéficiaires de certains services publics

---

1 « The living law is the law which dominates life itself even though it has not been posited in legal propositions. The source of our knowledge of this law is, first, the modern legal document ; secondly, direct observation of life, of commerce, of customs and usages, and of all associations, not only of those that the law has recognized but also of those that it has overlooked and passed by, indeed even of those that it has disapproved » : Eugene Ehrlich, *Fundamental Principles of the Sociology of Law*, Cambridge, Harvard University Press, 1936, p. 493.

2 Jean-Guy Belley, « L'État de la régulation juridique des sociétés globales : pour une problématique du pluralisme juridique », (1986) 18-1 *Sociologie et société* 11.

3 Emmanuelle Bernheim, « De l'existence d'une norme de l'anormal. Portée et valeur de la recherche empirique au regard du droit vivant : une contribution à la sociologie du droit », (2011) 52-3-4 *Les Cahiers de droit* 461.

4 Pour un tour d'horizon plus global des conditions de la recherche empirique en droit on lira : Jean-François Perrin, *Sociologie empirique du droit*, coll. « Théorie et pratique du droit », Bâle et Francfort-sur-le-Main, Helbing et Lichtenhahn, 1997.

04-Noreau.indd 107 2022-03-10 4:00 p.m.

(par exemple en matière de soutien aux victimes) ou des familles ciblées par l'invention sociale, comme c'est le cas en matière de protection de la jeunesse, etc.

I. Le sondage, les possibilités et les limites

Comme tout outil de mesure, le sondage offre des possibilités et des limites.

Un usage approximatif ou improvisé du sondage peut alimenter l'idée un peu facile voulant que « l'opinion publique n'existe pas » ou qu'on puissepeut « faire dire n'importe quoi aux chiffres », ce qui est parfois vrai des études mal conçues[5]. On doit éviter de laisser entendre que tout ce qui se chiffre renvoie forcément à une vérité. On peut assez facilement être mystifié par l'idée que la vie sociale peut être mesurée avec la précision qu'offrent les sciences de la nature, ce qui est rarement le cas. En effet, contrairement aux réalités physiques qu'on suppose stables, la société génère continûment son propre sens, ce qui rend improbable l'idée d'une connaissance définitive de la réalité sociale. Les acteurs sociaux construisent leur propre interprétation du monde[6]. Cela étant, à l'intérieur d'un contexte donné, le recours à la statistique permet d'atteindre un niveau de validation et de généralisation que ne peuvent atteindre d'autres méthodes d'enquête.

De façon caricaturale, on a pu prétendre que l'analyse quantitative était fondée sur l'idée d'une société prédéfinie qui impose à ses membres leurs croyances et leurs pratiques : références, institutions, rôles et fonctions. Le sondage s'appuierait dans cette perspective sur une conception sociodéterministe du monde. Celle-ci s'opposerait à une approche plus interactionniste de l'action sociale, qui postule au contraire que les acteurs génèrent quotidiennement le sens de leur vie personnelle et de leur activité : système de sens et logiques d'action auxquels seule la recherche qualitative donnerait accès. S'opposeraient ainsi de façon mécanique des approches plus *explicatives* et *compréhensives* du monde social. Cette dichotomie

---

5 Claire Durand et André Blais, « Le sondage », dans Benoît Gauthier et Isabelle Bourgeois (dir.), *Recherche sociale*, 6e éd., Montréal, Presses de l'Université du Québec, 2016, p. 455. Sur Internet on consultera aussi : Rachad Antonius, « Méthodes quantitatives appliquées aux sciences humaines », Montréal, CEC, 1991.

6 Georg Simmel, *Sociologie et épistémologie*, coll. « Sociologies », Paris, Presses universitaires de France, 1981.

04-Noreau.indd 108 2022-03-10 4:00 p.m.

renvoie cependant à une opposition qui ne rend compte ni des réalités collectives, ni des destinées individuelles, ni de la dialectique des rapports sociaux. Cela étant, un certain nombre de postulats sous-tendent l'analyse quantitative et, plus particulièrement, la pratique du sondage en tant que méthode de recherche.

II. Quelques postulats

Le recours au soudage est fondé sur l'idée que dans un contexte ou un champ social donné des récurrences sont observables[7]. On entend par là que certaines pratiques, certaines attitudes et certaines opinions sont partagées. Ce postulat est aussi vrai pour l'étude d'une collectivité nationale que pour un sous-groupe ou une catégorie particulière à l'intérieur de cette société. Ainsi, les données de l'enquête sociale générale, périodiquement menée par Statistique Canada, démontrent que sur certains aspects les citoyens québécois entretiennent un point de vue différent de ceux d'autres provinces[8]. Cela étant, à l'intérieur de la société québécoise elle-même, certains groupes se distinguent les uns des autres. On a par exemple constaté depuis longtemps que les citoyens les moins scolarisés, et dont la condition sociale est généralement plus précaire, entretiennent des attentes plus élevées à l'égard de la justice et sont, par voie de conséquence, plus critiques à l'égard du système de justice[9].

L'analyse quantitative postule également que les faits sociaux sont en lien les uns avec les autres et renvoient à des logiques plus générales. Ainsi distingue-t-on souvent les variables dites *indépendantes* (cf. le genre, l'âge, le revenu ou la scolarité) des variables *dépendantes* (les attentes des répondants en matière de justice ou leur confiance à l'égard des juges ou des praticiens). Entre ces variables dépendantes et indépendantes se glissent souvent des variables dites *intermédiaires* (cf. l'expérience juridique des citoyens, la nature de cette expérience). Les rapports entre ces variables sont d'abord analysés dans le cadre de croisements les mettant en relation

---

7 Jean-Herman Guay, *Sciences humaines et méthodes quantitatives*, Montréal, Éditions, Beauchemin, 1992.

8 Statistique canada, E*nquête sociale générale : l'aperçu 2019*, en ligne : <https://www150.statcan.gc. ca/n1/pub/89f0115x/89f0115x2019001-fra.htm> (consulté le 1er juillet 2019).

9 Pierre Noreau, « La scolarité, la socialisation et la conception du droit : un point de vue sociologique », (1997) 38-4 *Les Cahiers de droit* 741.

04-Noreau.indd 109 2022-03-10 4:00 p.m.

les unes avec les autres (on parle alors d'analyse bivariée). On sait par exemple que l'expérience juridique des répondants (on parle parfois également d'*informateur* ou de *participant au sondage*) est fonction de leur âge et que moins un individu est âgé, plus mince sera vraisemblablement son expérience juridique. Plusieurs variables peuvent cependant se trouver combinées (par exemple la scolarité, le revenu, le genre et le rapport au droit et à la justice). On parle alors d'analyse multivariée. C'est notamment le cas des analyses de variance et de l'analyse multifactorielle de correspondance.

III. Qu'est-ce qui se mesure[10] ?

Comme on l'a dit, contrairement à la distinction stricte qu'on propose souvent entre méthodes quantitative (de nature plus factuelle) et qualitative (plus centrée sur l'étude des représentations sociales), le sondage peut proposer des mesures de *faits* (l'expérience, l'âge, la pratique religieuse, etc.), des mesures d'*opinions* (ce que l'informateur croit vrai ou faux, bon ou mauvais) ou des mesures d'*attitude*, c'est-à-dire la propension de l'informateur à réagir d'une façon ou d'une autre dans un contexte particulier. Dans tous les cas, il s'agit toujours de perceptions. Ainsi, un répondant indiquant avoir été victime de discrimination au cours des deux dernières années peut avoir vécu cette expérience il y a quatre ans, mais en avoir gardé un souvenir vif. Ces imprécisions s'atténuent cependant en fonction du nombre de répondants interrogés et les règles de la statistique permettent un certain contrôle de ces variations (marge d'erreur, taux de signification, mesure de dispersion intergroupes, etc.). Cela étant, on privilégiera généralement la mesure des faits sur celle des attitudes et la mesure des attitudes sur celle des opinions, étant entendu que ces variables sont généralement reliées les unes aux autres. Une longue fréquentation des données de sondage révèle la cohérence des individus.

Dans tous les cas, il faut éviter d'exiger des informateurs qu'ils décrivent leur réaction à l'égard d'une situation atypique, inusitée ou invraisemblable, qu'ils prennent position sur des problèmes nécessitant des compétences spécialisées qu'ils n'ont pas ou sur des enjeux sans importance réelle pour eux. Vous éviterez ainsi de créer artificiellement des faits sociaux. Cette question est abordée ultérieurement dans ce texte.

---

10 Sur la question plus générale de la mesure on consultera : Claire Durand et André Blais, « La mesure », dans B. Gauthier et I. Bourgeois (dir.), préc., note 5, p. 223.

04-Noreau.indd 110 2022-03-10 4:00 p.m.

IV. Population et échantillon

Il arrive, mais c'est assez rare, qu'une étude puisse être conduite auprès de tous les membres d'une population donnée : les étudiants d'une même classe, les membres d'une petite association ou d'une même organisation. De façon plus générale cependant, lorsque la population étudiée est importante, un tel sondage ne peut être réalisé qu'à partir d'un échantillon tiré de cette population.

Idéalement l'échantillon doit être représentatif de la population étudiée. De manière à s'assurer de cette représentativité, il doit être constitué de façon aléatoire, c'est-à-dire de manière à ce que chaque membre de cette population ait une chance égale et non nulle de participer à l'étude. À partir d'une liste ordonnée, formée des membres de cette population (numérotés 1 à N), on peut établir un tel échantillon en recourant à des sites Internet établissant de façon aléatoire une suite de nombres situés à l'intérieur de cette fourchette[11].

Plus votre échantillon est important, plus la marge d'erreur diminue. Ainsi, un échantillon de 1 000 répondants présente une marge d'erreur de 3,16 %, 19 fois sur 20[12]. Il s'agit de l'échantillon privilégié par les firmes de sondage. Il constitue pour cette raison un standard dans le domaine des sondages menés après de la population. Il est parfois judicieux de fonder votre étude sur un échantillon plus important. C'est notamment le cas lorsqu'on prévoit analyser la réalité de segments très minoritaires au sein de la population étudiée.

En contrepartie, si votre échantillon est très faible, il faut évaluer sérieusement l'intérêt de mener une enquête par sondage. Ainsi, on peut s'interroger sur la précision d'un sondage mené auprès de 250 répondants au sein d'une population importante et dont la marge d'erreur est de plus de 15 %[13].

---

11 Il existe d'autres stratégies d'échantillonnage qu'un texte de ce type ne permet pas de détailler : c'est par exemple le cas de l'échantillon *par grappe*. Un tour de la littérature permet d'en faire l'inventaire.

12 Ainsi, un sondage vous informant que 50 % des répondants interrogés font confiance au système de justice vous indique que cette proportion se situe en fait entre 47 et 53 %. Ces marges d'erreur s'additionnent si vous comparez deux sondages menés auprès de 1 000 répondants.

13 La question se présente très différemment, évidemment, si ces 250 répondants représentent l'ensemble de la population étudiée.

04-Noreau.indd 111 2022-03-10 4:00 p.m.

Bien que votre échantillon soit établi sur une base aléatoire, il arrive que les caractéristiques des répondants rejoints ne correspondent pas exactement à celui de la population étudiée. Ainsi, pratiquement toutes les études menées sur l'ensemble de la population québécoise comptent un nombre disproportionné de femmes âgées et une sous-représentation de jeunes adultes (18 à 24 ans). L'échantillon doit alors être redressé pour tenir compte de ces disproportions. On peut pondérer l'échantillon en tenant compte des caractéristiques de la population en s'appuyant sur le recensement canadien le plus récent. Cette opération est généralement réalisée à l'aide d'une variable de pondération tenant compte de l'âge, du sexe et de la région des répondants[14]. En diminuant le poids de certains répondants et en augmentant le poids de certains autres, on rétablit la correspondance entre l'échantillon et la population étudiée.

V. La construction d'un questionnaire

Toute étude quantitative doit être fondée sur une stratégie d'analyse exigeante. Il s'ensuit que le chercheur doit savoir par avance quel usage il entend faire de chaque question posée, c'est-à-dire de chaque variable qu'il entend étudier.

Ainsi, contrairement à plusieurs projets de nature qualitative qui comportent une part d'exploration nécessaire et qui exigent, une fois l'enquête réalisée, un très important travail d'analyse, le travail qui précède l'établissement d'un questionnaire constitue la plus grande part de votre recherche. Il y a très peu de place ici pour l'improvisation, compte tenu des coûts généralement associés aux enquêtes de ce type. Ce qu'on appelle parfois *fishing expedition* est absolument à proscrire. Les hypothèses que vous entendez valider doivent l'emporter sur votre simple curiosité. L'idée qu'une question improvisée sur un coin de table vous ouvrira la porte d'une découverte inédite est tout simplement mal fondée, même s'il arrive que les réponses contre-intuitives recueillies lors d'une enquête quantitative ouvrent la porte à un nouveau questionnement. Dans ce domaine comme dans beaucoup d'autres, c'est en cherchant à comprendre une chose qu'on en découvre une autre. Mais il faut d'abord savoir ce qu'on cherche. S'agissant du sondage, aucune étude ne peut être conçue sans un fort travail théorique préalable.

---

[14] Plus récemment, certaines variables de pondération tiennent également compte de ce que les répondants sont propriétaires ou locataires.

04-Noreau.indd 112 2022-03-10 4:00 p.m.

Il faut d'abord définir les variables qu'on entend mesurer et établir le plus précisément possible les dimensions susceptibles de préciser cette mesure. Évaluer la confiance des citoyens dans le système de justice est possible dans le cadre d'une question simple : *Faites-vous très confiance, plutôt confiance, peu ou pas du tout confiance au système de justice ?* Mais cette mesure mérite généralement d'être précisée à l'aide d'autres questions portant sur la légitimité de l'institut judiciaire, l'impartialité des juges, l'équité des jugements, l'accessibilité du service juridique, la transparence du processus judiciaire, etc. Ces dimensions ont souvent fait l'objet d'études antérieures et sont parfois l'objet de cadres théoriques complets auxquels vous pouvez puiser. Là comme ailleurs, il faut éviter de « partir à la pêche ». C'est généralement une erreur de supposer qu'on est le premier à s'intéresser à une question.

De même, il faut, chaque fois que la chose est possible, exploiter les questions et les échelles établies dans le cadre d'enquêtes antérieures. Leur intérêt a souvent déjà été démontré et le recours à ces variables permet d'envisager une éventuelle comparaison des données. Tout projet de sondage exige encore ici un bon inventaire de la littérature.

Il peut cependant arriver que vous deviez définir vos propres variables et, par extension, forger vos propres questions. On aborde plus loin les règles qui doivent guider leur composition. Dans tous les cas, il faut éviter d'improviser. Chaque question doit idéalement être fondée sur une hypothèse, c'est-à-dire sur la mise en relation éventuelle de cette variable avec une autre. Bien qu'une exploitation plus inductive des données reste possible, votre sondage doit d'abord être construit sur un plan d'analyse prédéfini et s'appuyer sur un solide cadre théorique.

La plupart des projets de questionnaire sont trop longs. Deux facteurs doivent vous guider : le risque d'abandon et les coûts de l'enquête. Un questionnaire standard, administré au téléphone, ne devrait jamais dépasser les 20 minutes, même lorsque le sujet suscite l'intérêt de vos informateurs. Autrement, les répondants mettent fin à l'entretien avant la fin du questionnaire, et ce, quelles que soient les modalités de la cueillette : papier, Internet, face-à-face, etc. Il est donc préférable d'envisager un questionnaire court et très stratégiquement conçu. Si ces arguments ne vous ont pas convaincu, rappelez-vous simplement que, dans le cadre d'un sondage téléphonique administré par une firme spécialisée, chaque minute d'interview représente des coûts de 1 000 $. La retenue vous apparaîtra tout à coup comme une vertu cardinale...

04-Noreau.indd 113 2022-03-10 4:00 p.m.

Tout questionnaire doit être précédé d'un très court préambule présentant le sujet de la recherche. Il est contre-indiqué d'exposer vos hypothèses en détail, sauf si vous tenez absolument à biaiser votre échantillon. Il faut rappeler à l'informateur que les données recueillies sont confidentielles, qu'ils peuvent refuser de répondre à une question, qu'il ne s'agit pas d'un test et que toutes les réponses sont valables, puisque c'est leur opinion et leur expérience qui comptent. Dans tous les cas, soyez bref. Indiquez, lorsque c'est le cas, que le projet est mené dans le cadre d'une recherche universitaire.

S'informer des habitudes, des valeurs, des pratiques ou des opinions de quelqu'un d'autre constitue toujours un exercice délicat. Introduisez le tout par les questions les plus simples et les plus générales. Vous passerez graduellement à des sujets plus précis concernant leur opinion personnelle, leurs attitudes, puis leurs expériences. C'est la raison pour laquelle les questions de nature sociodémographique sont toujours posées à la toute fin du questionnaire : sexe, revenus personnels, date de naissance (et non *âge*), niveau de scolarité, etc. Il s'agit d'informations que vos informateurs hésiteront à fournir au départ.

Le motif d'abandon le plus courant est la redondance des formes. Une succession de questions structurées sur le même motif ennuie rapidement l'informateur. Au contraire, il faut que, par la succession des questions, le répondant soit toujours interpellé. Les premières questions, on l'a dit, sont toujours les plus simples. Elles ne visent souvent qu'à introduire le sujet. Il ne faut pas hésiter à recourir alors à des échelles binaires. Par exemple : *Personnellement, croyez-vous que nous vivons dans une société juste ?* (Oui, Non). On peut par la suite exploiter des échelles plus complexes : *Diriez-vous que vous êtes très d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord que les juges cherchent généralement à être justes ?* Comme on l'a indiqué, la structure des questions doit varier de manière à éviter un effet de répétition.

Au cours du processus conduisant à la composition d'un questionnaire, on regroupe souvent les questions par thèmes. Chacun de ces blocs thématiques renvoie à des variables et des dimensions spécifiques : conscience du droit, expérience judiciaire, connaissance des lois, confiance à l'égard du système de justice, sentiment de compétence à l'égard du droit, capacité financière à recourir aux services d'un avocat, attentes à l'égard des juges ou des praticiens, etc. Il faut parfois éviter de regrouper dans un même ensemble toutes les questions reliées à une même variable (par exemple à l'un ou l'autre de ces thèmes). Panacher les questions est une

04-Noreau.indd 114 2022-03-10 4:00 p.m.

façon simple de tromper la lassitude de l'informateur. On évitera également alors les « effets socratiques ». On entend par là le risque de voir un informateur – longuement questionné sur un thème – se forger de solides convictions sur des enjeux qui, en définitive, l'intéressaient assez peu. On risque alors de créer de toute pièce des compétences ou des opinions qui n'existent tout simplement pas.

Dans tous les cas, il faut se rappeler que les enquêtes que nous menons n'ont pas pour but de former ou d'informer l'informateur sur une matière particulière, mais de connaître ses opinions, ses attitudes et ses pratiques réelles.

Pour la même raison, il faut éviter de placer les questions dans un ordre qui oblige l'informateur à répondre systématiquement dans le même sens. Ainsi, si vous posez à la suite l'une de l'autre la question *Considérez-vous très utile, plutôt utile, peu ou pas du tout utile que les citoyens connaissent les lois qui régissent la vie en société* suivie de celle demandant si *Personnellement, ils considèrent connaître très bien, plutôt bien, plutôt mal ou très mal ces lois ?*, la réponse à la seconde de ces questions se situera forcément dans le droit fil de la première. Ces questions doivent être placées à des endroits différents du questionnaire et, dans tous les cas, il faut vous poser à vous-même cette question cruciale : *Avez-vous beaucoup, assez, un peu ou pas du tout besoin de cette information ?* Il faut donc savoir se sonder soi-même...

Étant établi qu'il est difficile de conclure quoi que ce soit à partir d'une seule mesure, il ne faut pas se priver de poser la même question de diverses façons tout au long du questionnaire. Les individus tiennent des positions beaucoup plus cohérentes qu'on le croit, contrairement à l'opinion paternaliste qu'on rencontre dans le milieu académique. De façon générale, les répondants ont les attitudes de leurs opinions. Ainsi, la confiance plus ou moins grande que les citoyens placent dans les tribunaux est généralement corrélée avec celle qu'ils mettent dans la compétence et l'impartialité des juges. Ils sont de même (et pour les mêmes raisons) plus ou moins disposés à voir leurs problèmes pris en charge par le tribunal, en cas de besoin ou de nécessité. Valider les réponses reçues les unes par les autres vous permet de confirmer la validité de votre terrain. En contrepartie, il peut arriver que certaines incohérences surprennent. Il faut alors prendre le temps d'évaluer si ces contradictions apparentes ne sont pas tout simplement le fait d'un mode de penser qui, bien que tout à fait cohérent, diffère de celui qu'on prêtait à nos informateurs. Vous venez

04-Noreau.indd 115 2022-03-10 4:00 p.m.

alors peut-être de mettre le doigt sur une réalité importante sous-estimée par la littérature.

Dans tous les cas, le questionnaire doit faire l'objet d'un prétest. Comme on le verra maintenant, il est essentiel de faire passer le questionnaire auprès de quelques dizaines de sujets pour valider la formulation et la compréhension de vos questions.

VI. Terrains et cueillette

Les premiers sondages menés par Gallup dans les années 1930 étaient réalisés par des intervieweurs spécialisés dans le cadre d'entrevues personnelles (face-à-face). Ils circulaient d'une maison à l'autre suivant un plan d'échantillonnage des adresses civiques, des quartiers et des villes qui garantissait le caractère aléatoire de la cueillette. L'arrivée du téléphone dans tous les ménages a par la suite fait du sondage téléphonique le grand standard dans le domaine de la recherche. Tirés aléatoirement du bottin téléphonique de chaque région, ou (plus tard) générés informatiquement, les numéros de téléphone retenus fournissaient un échantillon également représentatif. Le sondage postal a longtemps également été utilisé, malgré des taux de réponse souvent assez faibles. Aujourd'hui, Internet offre d'autres possibilités.

Les travaux réalisés par les spécialistes de la recherche quantitative ont depuis longtemps révélé que dans la mesure où ces enquêtes sont menées auprès d'un échantillon équivalent, tiré aléatoirement, ils fournissent des données d'égale valeur. Il s'agit surtout de choisir la modalité la plus adaptée à la nature de votre enquête.

S'agissant de sondages menés auprès de l'ensemble de la population adulte du Québec (ou du Canada), la communauté scientifique favorise encore largement le sondage téléphonique parce que c'est le seul à être fondé sur un échantillon aléatoire. Deux difficultés se présentent cependant. La première tient au taux de réponse toujours plus faible de ces enquêtes. Obtenir des taux de plus de 40 % aujourd'hui n'est possible que si on consent à poursuivre l'enquête sur de très longs mois. Sur des questions brûlantes d'actualité, un rapide changement de contexte (la publicité entourant un événement relié au sujet de l'enquête, par exemple) risque toujours de venir contaminer l'échantillon[15]. Dans le cadre d'enquêtes

[15] Ainsi, au cours d'un sondage mené en 2014 sur la confiance des Québécois dans leur système de justice, la décision d'un jury de la Cour supérieure de considérer le doc-

04-Noreau.indd 116 2022-03-10 4:00 p.m.

menées sur une période de deux ou trois semaines, les taux de réponse ne sont tout au plus que de 15 à 20 % aujourd'hui. La deuxième difficulté tient aux budgets associés à ces sondages. Une enquête menée auprès de 1 000 répondants représente des coûts de 25 000 à 30 000 $. En contrepartie, la plupart des firmes de sondage conduisent périodiquement des enquêtes *omnibus*. Elles sont composées de questions issues de diverses sources : universités, entreprises, gouvernement. On peut y placer, pour un coût raisonnable, de 7 à 8 questions susceptibles de répondre aux besoins d'une recherche exploratoire. Le fichier fourni par le prestataire de service comprend alors, en plus des réponses à nos propres questions, les variables socio-économiques qu'on retrouve dans tous les sondages et une variable de pondération tenant compte de la nature de l'échantillon[16].

Le sondage Internet peut être envisagé dans certaines situations particulières, notamment si l'enquête est menée auprès des membres d'une population dont vous possédez toutes les adresses Internet. C'est notamment le cas lorsque l'enquête vise à recueillir l'opinion ou l'expérience d'un groupe relativement homogène : membres d'un ordre professionnel, étudiants d'une certaine cohorte, diplômés d'un département ou d'une faculté, professionnels œuvrant dans les différents établissements d'une commission scolaire ou d'un CIUSSS, membres de grandes associations, bénéficiaires d'un service spécifique ou consommateur de certains biens, etc. Pour des montants très raisonnables, il est alors possible de mener une enquête assez représentative de la population étudiée en vous assurant de

---

teur Turcotte comme non criminellement responsable du meurtre de ses deux enfants est venu imposer un changement de contexte suffisant pour venir modifier la nature même de l'enquête. Après avoir envisagé de mettre fin au terrain en cours, la décision fut plutôt prise d'augmenter l'échantillon de manière à mesurer ce qu'on a appelé par la suite l'*effet Turcotte*.

16 Pour des raisons pratiques, les sondages téléphoniques sont généralement réalisés par des firmes spécialisées (par exemple, SOM, BIP, Léger Marketing ou CROP). Les universités ne bénéficiant pas actuellement de centrale téléphonique ni de professionnels capables de superviser la conduite d'un sondage téléphonique, on a généralement recours à ces fournisseurs de services externes. Il y a peu d'autres possibilités (notamment s'il s'agit de sondages menés auprès d'un échantillon important) et il faut absolument exclure la conduite de « sondages téléphoniques maison », réalisés par des étudiants travaillant à partir de leur appartement et sans la supervision directe d'un responsable de terrain. L'histoire de la recherche est jonchée d'enquêtes de ce type dont la validité est systématiquement remise en cause, notamment du fait de l'inexpérience des intervieweurs et des biais provoqués par l'absence de systématicité de la mesure.

04-Noreau.indd 117 2022-03-10 4:00 p.m.

la complicité et de la participation des responsables de ces institutions ou de ces réseaux et en faisant les relances nécessaires pour vous assurer d'obtenir un bon taux de réponse. Certains logiciels spécialisés (*Survey Monkey* et *Limesurevey*, par exemple) permettent la mise en ligne de votre questionnaire et la production d'un chiffrier susceptible d'être exploité par un logiciel de traitement de données quantitatives, ou de façon plus artisane par un logiciel Excel.

Certaines firmes de sondage proposent la conduite d'enquêtes menées par Internet auprès d'un sous-échantillon de la population – lui-même formé de plusieurs milliers de répondants potentiels – souvent présenté comme représentatif. Les membres de ces réseaux de répondants sont donc périodiquement appelés à participer à l'une ou l'autre des enquêtes menées par ces firmes et sont récompensés de diverses manières pour leur contribution. Il ne s'agit évidemment pas d'un échantillon aléatoire. La représentativité de ces enquêtes est par conséquent douteuse et n'est appuyée sur aucune marge d'erreur. On peut par ailleurs supposer que l'habitude de répondre systématiquement à ces enquêtes fait de ces participants des « répondants professionnels » dont le profil correspond de moins en moins à celui du citoyen ordinaire. Finalement, la participation à des activités de ce type exige un bon niveau de littératie, ce qui pose problème au sein d'une population comptant 53 % d'analphabètes fonctionnels.

Les sondages papier représentent souvent une opération lourde si l'enquête vise un grand nombre de répondants. Ils se justifient notamment dans le cadre d'enquêtes plus modestes, menées de façon continue auprès des bénéficiaires ou des usagers d'un service offert par un organisme communautaire ou un service gouvernemental. Ils sont cependant de plus en plus en rares. Les sondages « papier » menés par courrier postal sont par ailleurs presque totalement disparus.

C'est également le cas des enquêtes menées en personne (face-à-face), qui permettent rarement la constitution d'un échantillon représentatif, sauf s'il s'agit d'interroger un nombre limité de personnes regroupées pour un temps dans un certain lieu. Cela étant, il peut être nécessaire de procéder de cette manière dans le cadre d'enquêtes menées auprès de personnes peu scolarisées ou dont la langue d'origine n'est ni le français ni l'anglais et dont le témoignage ne peut être reçu qu'oralement. Dans plusieurs cas, la tablette peut remplacer le papier. Sur une autre échelle, notamment dans le cas d'enquêtes menées auprès de la population en général, il faut éviter les sondages « de trottoir » ou « de centres d'achat ». Ils sont sans aucune valeur scientifique, même sur une base exploratoire.

04-Noreau.indd 118 2022-03-10 4:00 p.m.

VII. La formulation des questions

La rédaction d'une bonne question de sondage est à la fois un art et une science. Il s'agit d'un savoir-faire qui ne peut s'acquérir que dans la foulée d'une succession d'erreurs. Quelques règles doivent cependant vous servir de guide.

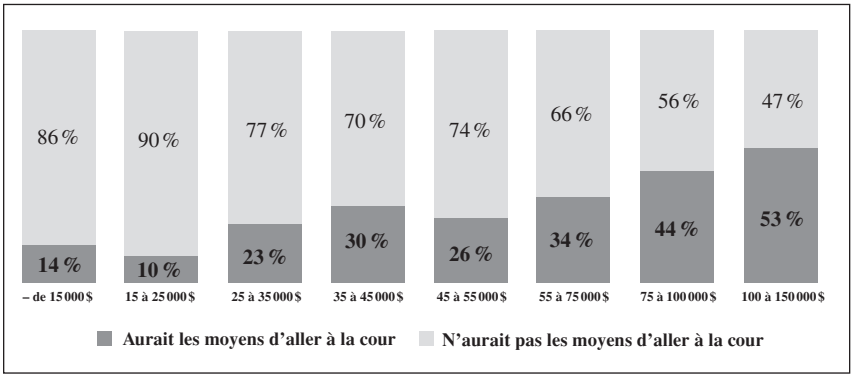
La première, et la plus importante, consiste à bien distinguer la question que vous vous posez de celle que vous poserez. Trop de chercheurs espèrent une réponse directe à une question sophistiquée construite sur des considérations absolument étrangères aux préoccupations de la population étudiée. C'est tout simplement maladroit. Il faut distinguer vos propres préoccupations de chercheurs de celles, souvent très quotidiennes, de vos informateurs. Pour cette raison, les données de faits sont souvent les plus précises et les plus fiables, même s'il s'agit de perceptions personnelles. La meilleure façon de distinguer les genres est de définir précisément vos variables (ce que vous avez besoin de savoir pour répondre à votre question de recherche) et de n'envisager la rédaction du questionnaire qu'une fois toutes ces variables (et leurs indicateurs) définies. Ce n'est qu'une fois ce tableau dressé que vous pourrez réfléchir à la formulation d'une question dont la fonction n'est pas tant de répondre directement à la question que vous vous posez que de recueillir les informations qui vous permettront d'y répondre.

Ainsi, ne posez jamais de question du genre : *Croyez-vous que l'accès au droit et à la justice soit fonction de la condition sociale des individus ?* Demandez plus simplement *: Si vous deviez poursuivre quelqu'un ou si vous deviez vous défendre à la cour, auriez-vous personnellement les moyens financiers de le faire ?* Puis informez-vous de leur revenu personnel. Vous saurez tout ... (Graphique 1)

Il s'agit ici d'un cas évident, mais il doit en être ainsi de tous vos questionnements. Plusieurs variables nécessitent d'être ventilées en fonction de plusieurs dimensions. Ainsi, demander si vos informateurs ont une expérience de la cour n'est pas suffisant pour circonscrire cette variable. Il faut plutôt demander : *Êtes-vous déjà allé dans une cour, un tribunal ou devant un tribunal administratif en tant que personne impliquée, témoin, observateur ou personne qui en accompagnait une autre ?*, en laissant à l'informateur la possibilité de répondre à plus d'une option. Vous parviendrez alors à tenir compte des différentes dimensions possibles de l'expérience judiciaire des répondants (Graphique 2).

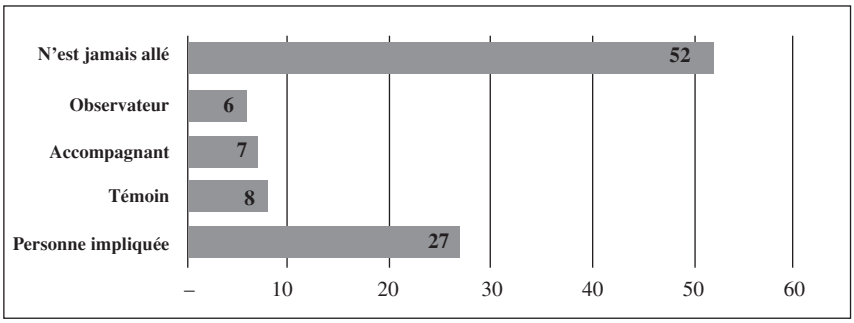
04-Noreau.indd 119 2022-03-10 4:00 p.m.

Graphique 1 : Revenu personnel et capacité de recourir à la justice



$p \leq 0{,}000$

Graphique 2 : Diversité de l'expérience judiciaire (%)



Ces considérations doivent s'accompagner de plusieurs autres. De façon schématique on peut les résumer comme suit.

La longueur des questions. La plupart des questions sont trop longues. Il faut réduire chacune à sa forme la plus simple. Toute question qui, comme la précédente, compte plus d'une ligne et demie doit être mûrement réfléchie. Il faut tenir compte que, dans le cadre d'un sondage téléphonique, ces questions sont destinées à une multitude de répondants. Elles doivent être comprises, quels que soient leur niveau de scolarité, leurs habiletés cognitives et leur capacité d'attention et de rétention. Il en va de même dans un sondage écrit ou administré par Internet. Même si les répondants ont la possibilité de relire la question, il faut absolument

04-Noreau.indd 120 2022-03-10 4:00 p.m.

résister à l'ambition d'être exhaustif ou d'atteindre un niveau de précision qui a toutes les chances d'échapper à votre informateur. Si vous n'êtes pas certain de la formulation de la question, faites-la lire par un proche qui ne maîtrise pas le sujet ! C'est une école de modestie.

Le lexique. Un des plus grands travers de la vie intellectuelle est de vous amener à naviguer dans une mer de mots compliqués. La plupart des citoyens ne mobilisent pas plus de 600 à 700 mots quotidiennement et parviennent très bien à se faire comprendre. Il faut limiter votre vocabulaire à ses sources les plus élémentaires. Il en va de même de la syntaxe. Un sondage n'est pas un concours de *bon parler français*. La question suivante (déjà proposée) comporte plusieurs erreurs sur le plan linguistique : *Diriez-vous que vous êtes très d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord que les juges cherchent généralement à être justes ?* On aurait évidemment pu écrire : *Vous diriez-vous tout à fait sympathique, plutôt sympathique, plutôt antipathique ou tout à fait antipathique à l'égard de l'idée voulant que les juges cherchent généralement à être justes dans le cadre de leurs jugements ?* C'est tout simplement mauvais. Déjà, le recours à une inversion, dès le début de la question, est de nature à confondre n'importe quel répondant. Le reste est à l'avenant. Lire chaque question à haute de voix est le meilleur moyen d'évaluer si elle tient la route. Si vous butez sur les mots, les répondants buteront sur les réponses.

La précision des termes. Il ne s'ensuit pas qu'une « bonne question » doit être imprécise sur le plan linguistique ou sur celui de l'énonciation. Au contraire. On paie très chèrement le prix d'une question mal tournée, notamment parce qu'un mauvais terrain ne peut généralement pas être repris. Ici, un exemple vaut mille mots. En 1994 nous avions posé à des personnes divorcées la question suivante : *Qui a pris l'initiative du divorce, vous ou votre conjoint ?* C'est une question de juriste ! 50 % des hommes et 75 % des femmes ont affirmé en avoir pris l'initiative, pour un total de 125 % ! Il est clairement apparu que la définition juridique du divorce nous avait tacitement servi de guide et que la question aurait plutôt dû être : *Qui a pris l'initiative d'entamer les procédures de divorce ?* En effet, la majorité des individus ne distinguent pas la décision de se séparer (de se quitter) de celle de divorcer et utilisent les deux termes indifféremment. Il faut donc coller au plus près des perceptions des répondants. La précision de la mesure ne peut être assurée que si elle est construite en fonction des distinctions que vos informateurs sont eux-mêmes en mesure de faire.

04-Noreau.indd 121 2022-03-10 4:00 p.m.

L'unicité et la clarté de la question. On a indiqué que chacune des questions d'un sondage doit rester courte et simple. Certaines règles faciliteront votre tâche. Chaque question ne doit chercher à ne mesurer qu'une seule variable, sinon une seule dimension, à la fois. Une seule ! La question *Diriez-vous être plutôt confiant ou plutôt méfiant à l'égard de l'impartialité et de la compétence des juges ?* prétend mesurer deux choses en même temps. Certains répondants se prononceront sur l'impartialité des juges, d'autres sur leur compétence ; d'autres enfin sur les deux à la fois. La mesure est tout simplement imprécise. Si, pour une question donnée, vous sentez le besoin de placer des parenthèses pour préciser votre question, c'est qu'elle n'est justement pas assez précise. Et selon que ces parenthèses seront lues ou non, les informateurs ne répondront pas tout à fait à la même question. Si vous devez fournir des exemples de ce que voulez dire, c'est que vous recourez à des notions trop abstraites. La tendance des informateurs est de s'attacher à l'exemple plutôt qu'à la question. Si vous vous sentez obligé de fournir à votre répondant une information qu'il ne possède pas déjà, il faut vous inquiéter de la valeur de l'opinion qu'il peut avoir sur la question. Il arrive trop souvent qu'on présuppose la compétence de nos répondants plutôt que de vérifier qu'ils la possèdent réellement. Il en va de même de leur capacité à répondre à une question complexe. Si la réponse à une question exige une mise en contexte alambiquée, elle est incompatible avec ce qu'il est possible de mesurer dans le cadre d'un sondage. Un exemple parmi d'autres, tiré d'une enquête sur les activités des conseillers financiers : *Si vous aviez des problèmes avec un représentant ou des doutes sur sa façon de travailler, et qu'en plus vous ne pouviez régler le problème avec son supérieur, quelle(s) démarche(s) seriez-vous prêt(e) à faire ?* On doit espérer que cette question ne sera lue ni tôt le matin ni tard en soirée.

Tous les projets de question que nous formulons comptent *a priori* un tiers de mots de trop. Soyez le plus direct et le plus incisif possible. N'écrivez pas : *Dans une société démocratique comme la nôtre croyez-vous que tous les citoyens devraient être traités de façon équitable sur le plan juridique et judiciaire ?*, mais plutôt : *Croyez-vous que tout le monde est égal devant la loi ?* Si vous voulez une réponse, posez une question.

La question filtre. On a indiqué antérieurement la nécessité d'interroger les répondants sur des sujets sur lesquels ils ont un véritable point de vue ou dont les connaissances sont fondées sur une véritable expérience personnelle. Pour éviter de questionner longuement vos informateurs sur des sujets qui ne les concernent ou ne les intéressent pas, il faut souvent

04-Noreau.indd 122 2022-03-10 4:00 p.m.

recourir à des questions filtres qui permettent de les distinguer des autres. Ainsi, dans un sondage récent sur la couverture des activités judiciaires par les médias sociaux, on a d'abord interrogé les répondants sur leur fréquentation de ces médias particuliers. On n'a par la suite questionné que les répondants expérimentés. Il en va de même d'une multitude de sujets. Il est inutile de poser des questions sur l'expérience à la cour de répondants qui n'y sont jamais allés.

Le biais de désirabilité (la bonne réponse). Il faut éviter de poser des questions ou de recourir à des échelles forçant les répondants à fournir la réponse « socialement désirable ». Il en va ainsi par exemple de la question : *Personnellement, considérez-vous que vous êtes une personne très honnête, plutôt honnête, plutôt malhonnête ou totalement malhonnête ?* De même, on évitera les questions qui exigent de l'informateur qu'il s'incrimine lui-même : *Au cours des deux dernières années, avez-vous commis une ou plusieurs infractions criminelles ?* Il est plus avisé de poser des questions de nature factuelle concernant l'expérience de ses relations récentes avec la police ou les tribunaux. On peut plus graduellement demander par la suite : *Était-ce pour un problème avec une autre personne ou pour une infraction ?*, etc.

VIII. Le choix des échelles

La vaste majorité des questions posées dans le cadre d'un sondage sont des questions fermées. On demande à l'informateur de répondre en fonction d'une échelle précise. La conception d'une échelle exige généralement que les catégories qui la composent soient graduées ou formées d'options mutuellement exclusives.

Les échelles dites *nominales* sont particulièrement tenues à cette dernière exigence. Les options proposées n'y sont pas hiérarchisées. Ce sont pourtant les échelles les plus difficiles à établir, car elles exigent que les réponses proposées couvrent toutes les possibilités et que ces possibilités ne se superposent pas l'une à l'autre. On y parvient assez bien dans la question suivante : *Si vous deviez aller devant un tribunal, préfèreriez-vous y aller seul ou accompagné d'un avocat ?* D'autres questions exigent une plus large palette d'options. Il faut s'assurer alors que l'échelle proposée couvre toutes les possibilités. Ce n'est pas toujours possible. La question suivante est inspirée des étapes du développement moral conçu par Kolberg : *À votre avis, la plupart des individus respectent surtout les lois... par peur des sanctions, par respect des obligations légales ou par nécessité*

04-Noreau.indd 123 2022-03-10 4:00 p.m.

de protéger la société ? Dans ce cas précis, on ne peut pas exclure que d'autres réponses aient été possibles, par exemple : *pour protéger leur réputation*. La première solution à cette difficulté réside dans la formulation de la question elle-même. Ici on utilise, par exemple, le mot « surtout » qui évite de laisser entendre que toute autre option est exclue. On peut également multiplier le nombre des options possibles, mais une échelle nominale comportant trop de possibilités est difficile à administrer et encore plus difficile à exploiter lors de l'analyse, notamment lorsque chaque option ne rallie qu'une petite proportion de répondants. Il faut parfois se rabattre sur l'option *Autre*. Mais avant de se résoudre à cette solution, il faut avoir pris le temps d'évaluer si une échelle nominale plus complète peut être conçue.

On a indiqué que pour chaque question, l'échelle proposée devait être formée d'options mutuellement exclusives. S'agissant d'une échelle nominale, c'est impératif. Dans un sondage sur les habitudes de consommation, on demandait si un certain comportement (qu'on suggérait dans la question) correspondait aux habitudes du répondant. L'échelle offrait les options suivantes : 1) *Oui, je le fais* ; 2) *Oui, et je ne le fais pas (habituellement)* 3) *Non, cela ne m'apparaît pas nécessaire* ; et 4) *Je ne me suis jamais posé la question*. Ici, les consommateurs qui répondaient « Non, cela ne m'apparaît pas nécessaire » auraient également pu répondre « Jamais je ne me suis posé la question », parce que cela ne leur apparaissait justement pas nécessaire. Ces options ne discriminent donc pas suffisamment les différents comportements qu'on prétend étudier et ne sont pas mutuellement exclusives.

D'autres échelles sont dites graduées. Elles sont, selon le cas, de nature ordinale ou à intervalle. Sur le plan de l'analyse, il s'agit des échelles les plus intéressantes.

La question suivante est de type ordinal : *Diriez-vous que les lois reflètent très bien, plutôt bien, plutôt mal ou très mal la société québécoise actuelle ?* Elle offre un ensemble de réponses complet et gradué. Les échelles ordinales permettent souvent d'éviter d'exiger de l'informateur une réponse directe ou trop précise (« oui ou non », « vrai ou faux ») à une question qui suppose au contraire un point de vue nuancé. Dans tous les cas, il est impératif que ces échelles soient symétriques. Dans le cas précédent, l'emploi alterné des termes « très ou plutôt » et « bien ou mal » assure cette symétrie. L'échelle suivante répond également à cette exigence : *Selon vous, est-ce que les citoyens, au Québec, sont en général très respectueux, assez respectueux, peu respectueux ou pas du tout respec-*

04-Noreau.indd 124 2022-03-10 4:00 p.m.

tueux des lois ? Ce n'est pas le cas des options suivantes : *Très respectueux, plutôt respectueux, pas suffisamment respectueux, pas du tout respectueux*, qui confond des appréciations factuelles et morales de la situation. Elle mesure par conséquent des choses différentes sur des échelles elles-mêmes différentes. Finalement, dans la mesure du possible, l'échelle graduée doit comprendre un nombre pair d'options : quatre plutôt que trois. Il faut éviter les valeurs mitoyennes du type : « plus ou moins d'accord ». Elle sert automatiquement de valeur refuge et la majorité des répondants s'y placent spontanément. Qui que nous soyons, nous sommes tous « plus ou moins d'accord » sur à peu près n'importe quoi. À éviter donc, si vous cherchez à établir une tendance.

Les échelles à intervalle sont également graduées, mais la valeur et la distance qui séparent les options successives sont régulières. C'est par exemple le cas pour l'âge des répondants et les échelles salariales. Ce sont les plus intéressantes sur le plan de l'analyse, parce qu'elles se prêtent à toutes les opérations mathématiques, mais restent difficiles à exploiter s'il s'agit de mesurer des opinions ou des attitudes.

Finalement, que les échelles proposées soient de nature nominale, ordinale ou à intervalle, il faut éviter de piéger le répondant et lui offrir une porte de sortie si les options proposées ne lui permettent pas d'exprimer son point de vue ou son expérience. Ainsi, même lorsqu'elles ne sont pas offertes, comme c'est souvent le cas dans un sondage téléphonique, les options NSP (*Ne sait pas*) et PR (*Pas de réponse*) sont toujours ouvertes. Elles sont systématiquement proposées dans le cas d'un sondage écrit (sur Internet, par exemple).

Pour conclure, rappelons la nécessité de s'inspirer, sinon de reprendre, les énoncés et les échelles développées dans le cadre d'enquêtes antérieures chaque fois que la chose est possible. La fréquentation de ces études permet notamment de vous exposer à une diversité de formes possibles de questions. Il faut éviter l'effet de redondance dont on a parlé et réaliser qu'il y a de nombreuses manières de prendre une même mesure. Si l'espace manque ici pour explorer cette diversité de formes, la fréquentation des outils développés par les autres chercheurs vous servira de guide. Il arrive que ces recherches, menées dans d'autres contextes, portent sur des aspects différents du même sujet. On rencontre parfois des difficultés à en dupliquer les variables, mais ces différences permettent elles-mêmes de typifier vos propres travaux et de les inscrire dans le cadre d'un travail plus collectif.

04-Noreau.indd 125 2022-03-10 4:00 p.m.

IX. La concordance des questions et des échelles

Une difficulté rencontrée dans plusieurs sondages est l'incohérence des options proposées, compte tenu de la nature de ce qu'on entend mesurer. Il arrive ainsi qu'en réponse à des questions de connaissance ou de compétence, les options proposées portent plutôt sur la pratique des informateurs ou sur leur attitude. C'est le cas dans cet exemple déjà cité, concernant la pratique des consommateurs : *Oui, et je ne le fais pas (habituellemen*t). On tente encore ici de mesurer deux choses à la fois (une connaissance et une pratique). Par ailleurs la réponse comprend une parenthèse susceptible d'être prise en compte (on mesure alors une *attitude*) ou non (on mesure alors une *pratique*). Les questions étant généralement construites au cours d'une assez longue période de gestation, ces glissements sont fréquents et doivent être corrigés.

X. Les questions ouvertes

Incapables de situer précisément les paramètres d'une question, on peut avoir tendance à laisser certaines questions ouvertes, de manière à ce que l'informateur puisse s'exprimer librement. Cette option ne présente pas toujours le même intérêt.

Dans le cadre d'un sondage téléphonique, c'est à proscrire. Tous ces témoignages seront d'abord transcrits par l'intervieweur qui, par économie, sera inévitablement appelé à les traduire dans ses propres termes. Il s'ensuit toujours une standardisation implicite des commentaires reçus et ceux-ci deviennent alors inutilisables, même une fois codés et regroupés thématiquement. On est en effet alors amené à surcoder des contenus déjà codés (par l'intervieweur). C'est alors aussi coûteux qu'inutile.

Par contre, dans le cadre d'une enquête menée auprès des usagers ou des bénéficiaires d'un service, c'est très utile. Ces commentaires permettent d'améliorer, sinon d'enrichir significativement, les services offerts et permettent la conception de questions plus susceptibles de mesurer l'expérience et les besoins des bénéficiaires et usagers de ces mêmes services.

Il en va de même des sondages réalisés en ligne. Si le sujet de l'enquête présente un intérêt pour ceux qui y participent, on peut véritablement bénéficier de commentaires riches, souvent utiles pour la suite de la recherche. Ainsi, dans une enquête menée auprès des diplômés de la Faculté de droit de l'Université de Montréal, les commentaires rédigés

04-Noreau.indd 126 2022-03-10 4:00 p.m.

par les anciens de la Faculté ont permis au comité de nuancer de façon intéressante les réponses fournies dans le cadre du questionnaire Si la plupart de ces diplômés se déclaraient très satisfaits de la formation reçue de la Faculté, les témoignages rédigés « au long » révélaient que cette formation devrait être de nature plus interdisciplinaire aujourd'hui ; un aspect laissé dans l'ombre par l'enquête elle-même.

XI. L'analyse des données

Les stratégies qui doivent guider l'analyse des données de sondage exigeraient un texte spécifique[17]. Indiquons pour l'heure que faute de connaissances suffisantes dans le domaine de la statistique, de nombreux fichiers de sondage restent sous-exploités par les chercheurs. Les équipes de recherche et les institutions intéressées à la réalisation d'enquêtes de ce type s'arrêtent essentiellement aux tendances centrales, c'est-à-dire à l'étude des *fréquences* statistiques. Ainsi, le fichier une fois pondéré, on se penche spontanément sur les réponses reçues pour chaque question. On insiste sur « les gros chiffres ». Si 90 % des personnes interrogées affirment que les coûts des services professionnels constituent la principale raison qui les forcerait à se présenter seules à la cour, on confirme ce que tout le monde suppute spontanément sans pouvoir vraiment l'affirmer. Il s'agit donc de constats majeurs et validés.

On doit cependant tenir compte également de données plus nuancées. Pour le chercheur, constater que 50 % des citoyens entretiennent une certaine méfiance à l'égard du système de justice est une véritable aubaine. La question est alors de savoir « qui dit quoi ? » L'âge ou l'expérience d'un procès sont-ils des variables indépendantes ou intermédiaires susceptibles d'expliquer ces variations ? Les femmes et les hommes se distinguent-ils sous cet aspect ?

Vos hypothèses de départ vous guideront dans l'analyse de vos données, d'où la nécessité d'établir dès le départ vos variables et vos dimensions, et ce, bien avant de définir vos questions. Un bon plan d'analyse est essentiel à une exploitation systématique de vos données. Les logiciels SPSS (commercial) et R (en libre accès) sont conçus pour faciliter cette

---

17 Consulter également : W. Laurence Neuman, *Social Rechearch Method : Qualitative and Quantitative approaches*, 7e éd., Harlow, Pearson Education, 2014, chapitre 12, p. 393-430.

04-Noreau.indd 127 2022-03-10 4:00 p.m.

exploitation[18]. Si vous en êtes à vos premières armes dans le domaine de l'analyse statistique, il ne faut pas hésiter à vous adjoindre un sociologue ou un politologue rompu à ces opérations. Vous apprendrez beaucoup. Dans tous les cas, il ne faut pas surinterpréter vos données. Vous risqueriez d'y perdre votre crédibilité. Tenir compte des marges d'erreur et plus encore des taux de signification fait partie des règles de l'art. Il ne faut pas exclure de vous inscrire à l'un ou l'autre des cours de recherche statistique proposés par les départements de sciences sociales. C'est à tort que les juristes hésitent à entreprendre ces excursions en terrain étranger qui élargiraient significativement leur intérêt et leur méthode de recherche.

Indiquons finalement l'intérêt des analyses de variance qui permettent souvent de repérer et de synthétiser des variables latentes qui, sans avoir fait l'objet d'une mesure spécifique, ressortent de la combinaison de plusieurs variables de l'enquête. L'analyse multivariée – notamment les analyses multifactorielles – permet ainsi d'explorer de façon inductive les données recueillies et de pousser les connaissances vers de nouvelles directions de recherche, une fois tirées (plus déductivement) les premières conclusions de votre enquête[19].

Conclusion

La possibilité de mesurer quantitativement un phénomène, un processus ou l'évolution d'une pratique juridique vient considérablement enrichir le champ de la recherche empirique en droit. Le sondage, notamment, ouvre la porte à des analyses très fines, tant dans une perspective inductive que déductive. Tout comme l'entrevue individuelle ou l'entrevue de groupe, il ouvre la voie à une multitude d'observations : opinions, attitudes, expériences, etc. Les possibilités offertes par le sondage dépas-

---

18 Concernant ces deux logiciels, on consultera : Lili Zheng, Michel Plaisent, Cataldo Zuccaro, Prosper Bernard, Naoufel Daghfous et Sylvain Favreau, *L'analyse des données de sondage avec SPSS. Un guide d'introduction*, Montréal, Presses de l'Université du Québec, 2018 ; Jean-Herman Guay, *Statistiques en sciences humaines avec R*, 2e éd., Québec, Presses de l'Université Laval, 2014 ; Rachad Antonius, *Interpretating Quantitative Data with IBM SPSS Statistics*, 2e éd., Londres, SAGE Publications, 2012.

19 À titre d'exemple on lira : Pierre Noreau, « Référents religieux et rapport à la normativité : asymétrie des rapports au droit », dans Jean-François Gaudreault-Desbiens (dir.), *La religion saisie par le droit, ou le droit par la religion ?*, Montréal, Thémis, 2009, p. 383.

04-Noreau.indd 128 2022-03-10 4:00 p.m.

sent par conséquent très largement la mesure d'opinions à laquelle on la réduit souvent.

On comprendra que la préparation d'un questionnaire d'enquête exige un long travail de conception, de composition et d'évaluation (prétest, etc.) et que ce travail doit s'appuyer sur une démarche théorique claire. Celle-ci doit normalement prévoir l'établissement de relations significatives entre certaines des variables que vous avez retenues et favoriser l'élaboration d'un modèle d'analyse. Ce sont du reste des conditions essentielles à la construction d'un outil de mesure systématique. L'analyse des tendances centrales et des données croisées suffira généralement à la validation de vos hypothèses ou de vos intuitions. Cela étant, le développement de questions et d'hypothèses nouvelles exige souvent le recours à des analyses plus sophistiquées, qui enrichiront votre travail empirique et pourront conduire à la conception de théories ou de propositions novatrices. Dans tous les cas, il ne faut pas exclure d'associer à vos travaux des chercheurs plus expérimentés, au contact desquels vous apprendrez beaucoup, en peu de temps.

04-Noreau.indd 129 2022-03-10 4:00 p.m.