

Préparé par Fataneh Zarinpoush & Glenn Gumulka, Imagine Canada

Qu'est-ce qu'une recherche par sondage?

La recherche par sondage est un moyen d'étudier les opinions, attitudes, comportements et (ou) croyances en posant une série de questions à un groupe relativement petit (un échantillon) sélectionné parmi une population visée. Bien sélectionné l'échantillon vous permet de tirer des conclusions relativement à une population à partir des réponses fournies par les personnes qui le composent.

Qu'entend-on par échantillonnage?

Un échantillonnage est une technique selon laquelle seront sélectionnées les personnes du groupe qui vous intéresse (c.-à-d. la population visée) auxquelles on demandera de répondre. Un bon échantillonnage permet à votre échantillon de bien représenter la population visée et donc vous serez sûr que l'information recueillie dans l'échantillon s'appliquera à toute la population concernée (c'est-à-dire qu'elle pourra être généralisée).

Des types d'échantillonnages

Il existe plusieurs techniques d'échantillonnage. En voici quelques-unes parmi les plus courantes :

Échantillonnage au hasard : Les participants sont sélectionnés selon des règles aléatoires, non systématiques. Ainsi, chaque membre de la population concernée a une chance égale d'être sélectionné pour l'échantillon.

Échantillonnage stratifié proportionnel : Si certaines caractéristiques (comme le sexe, l'âge, le secteur géographique) sont importantes pour votre étude, il serait peut-être bon pour vous de voir à ce que votre échantillon prenne exactement en compte les membres de la population qui ont ces caractéristiques. Pour cela vous devez « stratifier » votre population (la diviser en sous-groupes selon les caractéristiques qui vous intéressent), puis sélectionner au hasard le bon nombre de personne de chaque sous-groupe. Par exemple, 38 % de la population canadienne habite en Ontario et 24 % habitué au Québec. Donc, dans les sondages nationaux qui sont proportionnellement stratifiés par province, 38 % de l'échantillonnage

vient de l'Ontario et 24 % du Québec. Dans certains cas les chercheurs se servent d'un *échantillonnage* stratifié non proportionnel pour être sûrs d'avoir suffisamment de gens dans chaque sous-groupe de leur échantillon.

Échantillonnage de commodité : Les personnes sondées sont choisies pour des raisons de commodité et de disponibilité. Cela veut dire que chaque membre d'une population visée n'a pas une chance égale d'être sélectionné pour l'échantillon. Il n'y a donc aucun moyen de savoir si les résultats du sondage peuvent être généralisés afin de s'appliquer à toute la population visée.)

Sondage en boule de neige : Cette technique peut être utilisée conjointement avec un échantillonnage au hasard ou un échantillonnage de commodité. On demande aux personnes qui ont déjà participé au sondage d'identifier d'autres participants possibles. Cette technique est utile quand il n'est pas facile de rejoindre ou de recenser les membres de la population (comme les personnes qui prennent part à une activité particulière ou encore les membres d'une organisation particulière). Cette technique donne un échantillon qui n'est pas représentatif de l'ensemble de la population.

Qu'est-ce qu'une base de sondage?

Une base de sondage est une liste à partir de laquelle vous sélectionnez un échantillon. Vous pouvez prendre des annuaires téléphoniques, des listes de membres d'associations, des répertoires d'organisations ou d'entreprises. Votre base de sondage doit être à jour, préparée par une source fiable et comprendre tous les éléments (gens, organisations) qui font partie de votre population cible.

Qu'est-ce qui constitue une taille d'échantillon appropriée?

En règle générale, si un échantillon est sélectionné au hasard, plus l'échantillon est grand plus il représentera la population dans laquelle il a été sélectionné. Toutefois, il n'est pas toujours possible de sélectionner un grand échantillon car pour cela il faut avoir d'importantes ressources budgétaires et beaucoup de temps.. Il existe des formules statistiques permettant de déterminer une taille d'échantillon appropriée. Pour utiliser ces formules vous devez : (1) connaître la taille de la population

visée, (2) avoir un niveau de confiance indiquant combien de fois vos résultats sont susceptibles d'être vrais (habituellement 95 % en recherche sociale) et (3) un intervalle de confiance estimant la fourchette probable des valeurs vraies dans la population si tous les membres de celle-ci répondaient au sondage (généralement plus ou moins 3 % ou 4 % en recherche sociale). Il existe des calculateurs en ligne qui peuvent calculer les tailles d'échantillons. Voir, par exemple, les sites

<http://calculators.stat.ucla.edu/samplesize.php>

<http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>

Comment puis-je faire un sondage?

Les sondages par entrevues peuvent se faire en personne ou par téléphone. Les entrevues peuvent permettre d'obtenir des renseignements plus profonds et plus complets; leur taux de réponse est habituellement plus élevé que celui des sondages que les gens doivent remplir eux-mêmes. Toutefois, ils doivent être faits par un interviewer compétent et ils exigent un budget plus important et prennent plus de temps à achever.

Les sondages auto-administrés peuvent être distribués par la poste ou par courriel, ils peuvent être publiés en ligne, ou distribués à un groupe de personnes sondées (en réunion). Cette méthode convient si vos questions sont simples et (ou) s'il est important de préserver la vie privée des participants. Les sondages auto-administrés coûtent moins cher que ceux menés par entrevue; ils prennent aussi moins de temps à faire. Par contre, il peut être difficile d'amener les gens à remplir de tels sondages.

Les étapes de la recherche par sondage

Avant de faire votre sondage:

1. Établir ce que vous cherchez à savoir et à qui vous devriez vous adresser pour obtenir cette information.
2. Choisir une technique d'échantillonnage qui convient.
3. Trouver la base de sondage dont vous voulez vous servir.
4. Choisir la taille de votre échantillon.
5. Décider de la façon dont vous voulez procéder pour faire le sondage.
6. Concevoir un questionnaire qui convient pour la population visée et le tester (Voir notre fiche-conseil « Concevoir un questionnaire » pour plus de détails.

Pendant la période du sondage, vous devriez :

1. Vérifier le processus de collecte des données et veiller à ce que tout se passe bien.
2. Décider comment vous voulez analyser les données (p. ex., Excel ou SPSS pour les données quantitatives; N6 ou Nvivo pour les données qualitatives) et créer un modèle en conséquence.

Une fois votre sondage terminé :

1. Entrer les données dans votre programme d'analyse et en vérifier l'exactitude.
2. Faire les analyses appropriées.
3. Organiser les résultats en les insérant dans des tableaux et de graphiques.
4. Interpréter les constatations et préparer votre rapport.

Checklist for Completing a Survey

- Avez-vous déterminé l'information dont vous avez besoin et votre population?
- Avez-vous choisi une technique d'échantillonnage appropriée?
- Avez-vous trouvé une base de sondage?
- La taille de votre échantillon est-elle suffisante?
- Avez-vous créé et testé votre questionnaire?
- Avez-vous choisi les méthodes qui conviennent pour recueillir et analyser les données?
- Avez-vous affecté des personnes compétentes à l'entrée et à l'analyse des données et à la rédaction des rapports?

Pour plus de renseignements

Alreck, P.L., & Settle, R.B. (2004). *The Survey Research Handbook, 3rd ed.* McGraw Hill Irwin.

Athabasca University Centre for Psychology Resources.
<http://psych.athabascau.ca/html/aupr/tools.shtml#Research%20Methods>

Creative Research Systems. *The Survey Design System*
www.surveysystem.com/sdesign.htm

Scheuren F., (2004). *What is a Survey?* American Statistical Association. www.amstat.org/sections/srms/



VOLUNTEER
BÉNEVOLES
C A N A D A

© 2006 Imagine Canada
425 avenue University,
bureau 900
Toronto ON, M5G 1T6
www.imaginecanada.ca

Imagine Canada

Give. Volunteer. Engage.
Donner. S'engager. Agir.

Financé dans le cadre de la Direction de la participation dans les communautés du ministère du Patrimoine canadien, au titre de l'Initiative canadienne sur le bénévolat. Les opinions exprimées dans cette publication ne reflètent pas nécessairement celles du ministère du Patrimoine canadien.

Canada