



Les sciences sociales en question :
grandes controverses épistémologiques et méthodologiques

Compte-rendu de la 56^e séance

Peut-on se fier aux enquêtes en ligne ?

4 octobre 2021

Nonna Mayer ouvre la 56^e séance du séminaire en rappelant que Fariba Adelkhah est retenue en Iran depuis le 5 juin 2019 et vit désormais en résidence surveillée avec un bracelet électronique.

La séance¹ porte sur les enquêtes en ligne, une technique d'enquête en plein essor, qui vient concurrencer les sondages réalisés en face-à-face ou par téléphone, et plus particulièrement les sondages en ligne sur *access panels*. Les grands instituts de sondage recrutent des participants qui acceptent de répondre à plusieurs enquêtes en ligne par an, ils sont fidélisés avec des bons d'achat ou des chèques cadeaux de faible valeur.

¹ Compte rendu de Justine Brisson, relu par les deux intervenantes.

Cette façon de faire est peu coûteuse et plus rapide. De plus, l'hypothèse peut être faite que les participants répondent plus librement aux questions seuls devant leur ordinateur ou leur tablette qu'en face-à-face. Pourtant, cette nouvelle technique d'enquête soulève un certain nombre de biais et de problèmes méthodologiques que Sandra Hoibian², directrice du pôle société au CREDOC (Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie), nous présente. Avec ses collègues, dont certains sont présents, elle est en charge de l'enquête « Conditions de vie et aspirations des Français »³. L'expérience a été faite, en 2015, de faire passer simultanément le même questionnaire en face-à-face et en ligne afin d'analyser en quoi la façon de poser les questions influençait les réponses.

Vincent Tiberj⁴, professeur des universités et chercheur au centre Émile Durkheim à Sciences Po Bordeaux, discutera la présentation de la chercheuse. Il est spécialiste des enquêtes électorales et travaille, avec Nonna Mayer, au sondage annuel sur le racisme réalisé pour la CNCDH (Commission nationale consultative des droits de l'homme). Dans le cadre de cette enquête, depuis 2016, comme au CREDOC, l'expérience a été faite de poser les mêmes questions en ligne et en face-à-face. Vincent Tiberj va donc s'appuyer sur cette expérience pour discuter les constats de Sandra Hoibian.

² Sandra Hoibian a notamment publié « Une approche de l'effet du passage sur Internet d'une enquête en population générale », CREDOC, *Cahier de recherche* C323, 2015 (avec Patricia Croutte, Émilie Daudey, Stéphane Legleye et Géraldine Charrance), et « Répliquer une enquête face-à-face sur un access panel web ? Une comparaison multipanels » (avec Stéphane Legleye, Jérôme Cubillé, Patricia Croutte, Géraldine Charrance : http://paperssondages16.sfds.asso.fr/submission_69.pdf)

³ Sur une période de 40 ans, 3 vagues d'enquêtes multithématiques par an (<https://www.credoc.fr/offres/aspirations>).

⁴ Vincent Tiberj et Tommaso Vitale, a notamment publié « Mise en perspective de trente ans d'évolution par les chercheurs », in CNCDH, Rapport 2020 sur la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et la xénophobie, *La documentation française*, 2021 (avec Yuma Ando, Nonna Mayer, Guy Michelat et Tommaso Vitale).

Présentation de Sandra Hoibian

En guise d'introduction, Sandra Hoibian rappelle que le regard de l'observateur influence toujours son jugement, quel que soit le phénomène qu'on cherche à étudier. Les enquêtes en ligne ont bien entendu des effets spécifiques, puisqu'elles reposent sur un média et un mode de recrutement différents des enquêtes en face-à-face ou par téléphone. Pour autant, cela ne veut pas dire qu'elles sont nécessairement de moins bonne qualité. Sandra Hoibian rappelle également que les données sur lesquelles elle s'appuie datent de 2015-2016. L'univers numérique évoluant très vite, certains résultats peuvent être légèrement différents aujourd'hui.

Sandra Hoibian commence par présenter l'enquête « Conditions de vie et aspirations » du CREDOC. Il s'agit d'une enquête par sondage, menée auprès d'environ 3 000 personnes de 15 ans et plus. Le CREDOC réalise également des enquêtes qualitatives, des analyses de bases de données (par exemple des données de gestions, de consommations, issues des administrations judiciaires, etc.), des observations sur site, des comptages. C'est en combinant ces outils qu'il est possible d'espérer avoir une connaissance la plus complète possible d'un phénomène. Toutes les enquêtes présentent des difficultés à toutes les étapes. En premier lieu se pose la question de la base de sondage. La plupart des enquêtes par sondage ne sont pas réalisées à partir de bases de sondage préexistantes, contrairement à celles de l'INSEE. Les enquêteurs n'ont généralement pas accès aux bases fiscales, par exemple. Par conséquent, ils ne disposent quasiment jamais d'un échantillon de départ permettant un tirage aléatoire des participants, explique Sandra Hoibian.

Pour les panels en ligne, il n'y a pas non plus de bases de sondage puisque le recrutement se fait généralement *via* les réseaux sociaux, des bannières ou des *pop-up* sur internet.

Le mode de recueil des données a également son importance. Lorsque les enquêtes étaient réalisées en face-à-face au domicile des personnes enquêtées, elles n'étaient pas exemptes de biais. Les digicodes, par exemple, rendent difficile l'accès des enquêteurs aux domiciles des interviewés. Malgré les quotas, on constatait une surreprésentation des locataires dans l'échantillon de l'enquête « Conditions de vie » du CREDOC. Certains enquêtés, notamment les jeunes, sont aussi plus rarement présents à leur domicile.

Les méthodes d'échantillonnages elles-mêmes ont leur importance : s'il s'agit de quotas, il faut se demander lesquels sont pertinents pour approcher le phénomène que l'on souhaite observer ; s'il s'agit d'un tirage aléatoire, il faut s'interroger sur les règles à mettre en place (nombre de rappels, horaires des appels, etc.). De plus, le fait qu'une enquête soit obligatoire (comme celles de l'INSEE) a, bien sûr, une influence sur les réponses obtenues.

Si l'enquête a lieu au téléphone, d'autres questions se posent : la personne est-elle seule au moment de l'enquête ? Est-elle en train de faire autre chose en même temps qu'elle répond ? La batterie de son téléphone est-elle assez chargée, la conversation ne va-t-elle pas s'interrompre brusquement ? En période de pandémie, le face-à-face pose d'autres problèmes, certaines personnes peuvent être plus réticentes à laisser quelqu'un entrer chez elles. Par ailleurs la seule présence d'un enquêteur ou d'une enquêtrice en face-à-face produit des effets. Par exemple, les enquêteurs peuvent expliciter certaines questions, pour faciliter leur

compréhension ; leur présence peut influencer les réponses des enquêtés, même involontairement. En ligne, l'enquête va certes plus vite, elle est moins coûteuse à mettre en place, mais d'autres problèmes se posent. Enfin, le fait que le phénomène mesuré soit saisi « à chaud » ou « à froid », la formulation des questions, etc. jouent également sur les réponses obtenues.

Rappelons brièvement les principales erreurs statistiques existantes. Tout d'abord, il y a les erreurs d'échantillonnage. Il convient, par exemple, de s'assurer qu'une personne ne va pas être comptée deux fois. Cela pourrait arriver dans le cadre d'une enquête par téléphone si la personne dispose de plusieurs lignes téléphoniques. Un autre type d'erreur est celui de la couverture des personnes à interroger : certaines personnes ne seront jamais questionnées parce qu'elles ne sont pas équipées d'Internet ou ne disposent pas de téléphones mobiles. Le troisième type d'erreur est la non-réponse, lorsqu'une personne refuse catégoriquement de répondre au sondage, ce qui est d'ailleurs de plus en plus fréquent. Enfin, le quatrième type d'erreur porte sur la qualité de l'opinion mesurée, lorsque les participants arrivent mal à évaluer leur propre situation ou qu'ils ne sont pas de bonne foi dans leurs réponses.

Sandra Hoibian revient ensuite à la comparaison des réponses selon le mode de passation de l'enquête, en ligne ou en face-à-face. Elle s'appuie pour cela sur une expérience faite en 2015. Bien que les pratiques et les usages des outils numériques aient depuis grandement évolué, elle constate qu'il existe des biais communs aux deux modes de passation et des biais spécifiques à chacun d'eux. Parmi les biais communs, elle cite la difficulté à choisir des quotas pertinents. Cela tient notamment à la diversité des sujets et des thèmes (famille, environnement, santé, etc.) sur

lesquels porte l'enquête du CREDOC. Il est difficile dans ces conditions de fixer des quotas adaptés à tous ces thèmes. Le biais de non-réponse, quant à lui, est le même quel que soit le mode de passation. Il en va de même du biais de mesure : il n'est pas toujours évident, par exemple, d'évaluer soi-même son propre niveau de bonheur ou son état de santé.

Parmi les biais qui diffèrent, Sandra Hoibian cite le biais de couverture. En face-à-face, nous trouvons le problème des digicodes, déjà abordé, mais aussi la plus rare présence à leur domicile des jeunes urbains, le manque de disponibilité des enquêtés pour répondre à l'enquête, ou encore la réticence à ouvrir sa porte (accrue en période de pandémie). En ligne, le principal biais de couverture concerne les personnes qui n'ont pas accès à Internet ou qui ne savent pas suffisamment se servir des nouvelles technologies. Une autre difficulté a trait au rapport à l'écrit : dans toutes les enquêtes, on constate une surreprésentation des personnes diplômées. Dans les enquêtes en ligne, celle-ci est encore plus importante.

En face-à-face, on rencontre un biais de mesure lorsque l'enquêteur reformule une question ou qu'il ne la lit pas en entier pour gagner du temps. En face-à-face, il y a aussi des effets de désirabilité sociale, lorsque l'enquêté répond ce qu'il pense que l'enquêteur jugera positif. En ligne, le biais de mesure existe aussi mais il est différent : si la question n'est pas claire et que personne n'est présent pour la clarifier, elle risque d'être mal comprise. Le temps de passation des enquêtes en ligne est généralement beaucoup plus rapide. On peut donc supposer que les questions ne sont pas lues avec la même attention.

Sandra Hoibian revient ensuite plus spécifiquement sur l'expérience menée début 2015, dans le cadre de l'enquête « Conditions de vie et

aspirations des Français ». Deux mille personnes ont donc été interrogées en face-à-face à leur domicile et un panel d'internautes l'a été en ligne. Les questions étaient exactement les mêmes et la période d'enquête similaire. L'équipe du CREDOC travaillait alors en partenariat avec Stéphane Legleye (INSEE) et Géraldine Charrance (INED).

La différence du temps de déroulement des enquêtes est le premier constat fait par l'équipe. Si aucune règle n'est donnée aux sociétés de panélistes, le terrain peut très bien être réalisé en trois ou quatre jours alors même qu'en face-à-face, l'équipe apprécie de travailler sur un temps un peu plus long, afin d'atténuer les effets liés à l'actualité immédiate d'un événement ou d'une prise de parole. Constatant cela, les membres du CREDOC ont dû imposer des règles aux sociétés de panélistes pour ralentir le processus d'enquête.

Concernant les variables qui ont servi à établir les quotas (hommes/femmes, âge, lieu de vie, etc.), elles ont été parfaitement respectées dans les deux modes de passation. En revanche, l'équipe a observé des différences sensibles sur les variables hors quotas, concernant le diplôme, la taille du foyer, le statut d'occupation du foyer et les revenus. Ces variables ont depuis été intégrées aux variables de quotas. En ligne, on notait une surreprésentation des diplômés du supérieur, en particulier parmi les seniors. Sur la question des revenus, les réponses étaient moins précises en ligne qu'en face-à-face, la question a depuis été modifiée. En face-à-face, il existait une surreprésentation des locataires qui s'explique par « l'effet de grappe ». Même si la consigne leur est donnée de respecter un nombre de « pas » entre les interviewés (un immeuble sur trois, un appartement sur trois par exemple), la difficulté à trouver des personnes acceptant de répondre aux enquêtes conduit les

enquêteurs à interroger plusieurs personnes d'un même immeuble. Ils peuvent donc se retrouver devant des personnes qui se ressemblent. Par ailleurs, l'expérimentation révèle une part plus importante de personnes seules lors des enquêtes menées en face-à-face. Une personne seule est probablement plus disposée à répondre à quelqu'un en face-à-face qu'une personne qui vit en couple ou en famille. Cette variable joue beaucoup moins lors d'une enquête en ligne.

Les plus gros écarts entre les deux modes de passation des enquêtes sont relatifs aux équipements des personnes en TIC (technologies de l'information et de la communication) et plus généralement les pratiques numériques. Les panélistes en ligne sont plus équipés, qu'il s'agisse de tablettes, de *smartphones* ou d'ordinateurs. Bien sûr, depuis 2015, l'équipement s'est diffusé. Aujourd'hui, 94% des Français possèdent un téléphone mobile et 84% un *smartphone* mais la fracture numérique se déplace et se recrée en permanence (nouveaux équipements, nouveaux usages, etc.). Outre le degré d'éloignement par rapport au numérique, il y a aussi des différences de diplômes et plus largement de niveau de capital culturel entre les enquêtés : ceux qui répondent en ligne vont généralement plus souvent au cinéma, ils partent davantage en vacances, etc. Le profil des répondants diffère donc selon le mode de passation.

Des différences ont également été observées sur les types de réponse. De manière assez contre-intuitive, en face-à-face, les réponses étaient souvent plus extrêmes car l'enquêteur pouvait relancer la discussion ou clarifier la question. Sur Internet, les réponses étaient plus souvent médianes, modérées (modalité « plutôt » d'accord ou pas d'accord, de préférence à « tout à fait » ou « pas du tout » d'accord). Les biais de désirabilité sociale sont également plus forts en face-à-face qu'en ligne. Ainsi, en ligne, les personnes se déclareront plus aisément racistes qu'ils

ne le feraient face à un enquêteur. A l'inverse, les enquêtés vont avoir plus de difficultés à se dire malheureux en face-à-face qu'en ligne. Sur un très grand nombre de variables (les conditions de logement, le fonctionnement de la société, le cadre de vie et de sécurité), les différences sont minimales. Dans tous ces domaines, les réponses obtenues en face-à-face étaient sensiblement les mêmes que celles obtenues en ligne.

Sandra Hoibian se demande également si toutes les sociétés de panels se valent. Avec l'aide de son équipe, elle a testé trois compagnies différentes. Les quotas étaient relativement bien respectés par chacune d'entre elles, bien que l'une ait surreprésenté les zones rurales et que cette distorsion n'ait pas pu être corrigée par redressement. Le biais de surreprésentation des seniors diplômés est présent dans les trois entreprises.

Vincent Tiberj

Vincent Tiberj remercie Sandra Hoibian et apprécie cette attention portée aux biais et aux problèmes méthodologiques, qui ne sont ni masqués ni édulcorés. Lui aussi s'accorde à dire que chacun des modes de passation des enquêtes possède des biais, des inconvénients. Toutefois, ce qui l'interpelle aujourd'hui, c'est surtout la montée en puissance d'un mode de passation par rapport à un autre. Cela a pu être constaté lors des enquêtes régionales où le fait d'avoir mobilisé davantage les enquêtes en ligne a pesé sur les résultats obtenus. Ayant eu à analyser les résultats des enquêtes en ligne, il a pu constater à quel point les réponses étaient vraiment très rapides.

Vincent Tiberj s'accorde à dire que l'enquêteur possède une réelle influence sur l'enquêté en face-à-face mais il se demande si celle-ci n'est pas parfois salutaire. Il a constaté que les panélistes en ligne étaient plus conservateurs que les sondés en face-à-face. Il mentionne à ce titre les travaux éclairants de Flora Chanvril-Ligneel et Viviane Le Hay⁵. Ce propos est important, en particulier dans un contexte où l'on parle fréquemment de « droitisation ». Pour Vincent Tiberj, il existe des biais politiques à la base : les enquêtes en face-à-face surestiment la proportion de gens de gauche, donc de gens plus « ouverts » à l'immigration, à l'autre ; celles réalisées via le web surestiment la proportion de gens de droite, donc de gens « fermés », partisans du repli. Cela invite à regarder d'autres questions, comme celles sur la peine de mort. Les enquêtés sont plus favorables à la peine de mort lorsqu'ils répondent à une enquête en ligne.

Le fait que les enquêtés répondent quasiment du tac au tac en ligne sans prendre le temps de réfléchir, pose question. Aux Etats-Unis, on les appelle les *shirkers*, les tire-au-flanc. Certains ne lisent peut-être même pas la question en entier. Les sondés en face-à-face eux réfléchissent à deux fois avant d'affirmer telle ou telle opinion et l'enquêteur peut plus facilement gérer les effets de la fatigue sur eux au moment du questionnaire.

Pour Vincent Tiberj, nous traversons une crise du modèle des sondages. Il y a toujours eu des biais, quel que soit le mode de passation mais aujourd'hui, la crise est plus importante pour l'industrie du sondage. La mauvaise estimation des votes (surestimation du vote RN) lors des

⁵ Flora Chanvril-Ligneel, Viviane Le Hay, « Qualité des données et administration des enquêtes par questionnaire : une comparaison Internet/face-à-face. Le cas du baromètre CNCDH portant sur le racisme, l'antisémitisme et la xénophobie », 7^e Congrès de l'AFS « Sociologie des pouvoirs, pouvoirs de la sociologie », RT 20 : Méthodes, Association française de sociologie, juillet 2017, Amiens.

dernières élections régionales l'illustre. Cela doit nous interroger sur la dynamique électorale à venir. Pour Vincent Tiberj, le fait d'utiliser systématiquement un mode d'enquête plutôt qu'un autre ne va pas sans poser de lourds problèmes, en termes de démocratie. La solution pourrait être le recours à des méthodes mixtes, panachant les divers modes de passation.

Sandra Hoibian

N'étant pas spécialiste des questions électorales, Sandra Hoibian ne s'attarde pas sur ces points spécifiques. Concernant les méthodes mixtes, c'est une direction qu'elle et son équipe essayent de prendre mais qui pose question : est-il possible d'agréger des résultats qui seraient obtenus par téléphone ou en ligne avec d'autres recueillis en face-à-face ?

Ce qui règle quelques problèmes peut aussi en créer d'autres. Sandra Hoibian n'est pas tout à fait d'accord avec Vincent Tiberj lorsqu'il constate que la « droitisation » est plus importante en ligne qu'en face à face. Si cela est vrai pour le domaine de l'immigration, elle ne fait pas le même constat pour celui des « valeurs » au sens large, en particulier le regard sur les questions de mœurs.

Question de Martial Foucault

Martial Foucault remercie Nonna Mayer et Sandra Hoibian. Le premier point qu'il soulève concerne la massification des enquêtes en ligne. Si nous avons les moyens financiers de mettre en place des enquêtes mixtes, les résultats seraient d'autant plus complexes à interpréter. Où placer le curseur ensuite ? Il faudrait beaucoup de temps et d'espace pour

justifier les écarts obtenus selon les modes de passation. Ne faut-il pas, en ce sens, admettre parfois qu'une réponse totalement juste est impossible à obtenir ?

Martial Foucault déplore ensuite le manque de transparence des instituts sur le recrutement des panélistes. Il se demande également ce qui motive les « professionnels de la réponse » (c'est-à-dire les personnes qui participent à une multitude de sondages en ligne). Est-ce la rémunération matérielle ?

Il estime qu'il faudrait que les chercheurs en sciences sociales et en statistiques puissent travailler davantage sur la sociologie des personnes éloignées des *access panels*. Ne pas accepter d'être dans un *access panel* est très intéressant sociologiquement et devrait être davantage interrogé. Il faudrait mieux connaître les conditions de recrutement des enquêtés.

Le dernier point que développe Martial Foucault concerne les écarts de résultats obtenus selon le mode de passation. Ceux-ci ne peuvent pas toujours être expliqués par un facteur purement économique ou par le niveau de diplôme. Ces écarts tiennent peut-être à la différence entre le subjectif et l'objectif. Par exemple, la question que l'on pose à quelqu'un sur les pathologies de comorbidité dont il souffre est objectivable. En revanche, lui demander comment il perçoit son état de santé relève du subjectif. Les questions devraient peut-être être affinées de façon à comprendre les deux dimensions, suggère-t-il. Certes, poser des questions ouvertes, auxquelles la personne est libre de répondre comme elle l'entend prend du temps et se révèle coûteux. La chose ne peut donc être systématisée. Néanmoins, cette voie doit être poursuivie.

Réponse de Sandra Hoibian

Sandra Hoibian est d'accord avec Martial Foucault sur les deux premiers points. En revanche, elle pense que les questions d'objectivité et de subjectivité se posent quelles que soient les méthodes. Les deux types de mesure donnent des résultats différents mais pas moins pertinents. Ainsi, sur la question du bonheur ; l'avis subjectif de la personne est-il moins pertinent que la mesure du nombre de fois où elle sourit dans la journée ? L'écart entre les deux n'est pas qu'un problème de méthode, cela a aussi à voir avec les normes sociales, avec la comparaison que l'on fait entre sa propre situation et celle d'autrui.

Question d'Émilien Houard-Vial

Émilien Houard-Vial se demande si, pour diminuer l'influence de l'enquêteur dans le face-à-face, on ne pourrait pas envisager de laisser l'enquêté répondre parfois seul, comme dans les enquêtes de la *French Electoral Study*. Par ailleurs, sur le rapport à l'écrit dans le cadre, Émilien Houard-Vial se demande si dans les enquêtes en ligne, l'enquêté doit vraiment écrire ou s'il ne doit pas seulement cocher des cases.

Réponse de Sandra Hoibian

Sandra Hoibian reconnaît que les personnes n'ont généralement pas besoin de beaucoup écrire mais certaines questions sont néanmoins ouvertes et l'enquêté doit lire la question. Certaines sont longues et complexes. Le problème de la compréhension d'une question peut aussi se poser dans une enquête en face-à-face, mais l'enquêteur est présent pour clarifier ce qui doit l'être.

Réaction de Nonna Mayer à la question d'Émilien Houard-Vial

Nonna Mayer s'interroge sur les conséquences qu'il peut y avoir à mettre une tablette dans les mains de l'enquêté lors d'une enquête en face-face. Elle a déjà expérimenté cela dans le cadre du Baromètre racisme de la CNCDH de 2019. Pour les questions les plus sensibles, celles qui concernent l'islam et l'immigration, les enquêteurs avaient pour consigne de proposer une tablette à une partie des enquêtés, choisis de manière aléatoire, pour leur permettre de répondre de façon isolée. Théoriquement, ils auraient dû se sentir plus libres et apporter des réponses similaires à celles des sondés qui ont répondu en ligne. Cela n'a pas été le cas : leurs réponses ont été sensiblement les mêmes que celles des autres personnes interrogées en face à face. Autrement dit, le vrai problème n'est pas tant la présence de l'enquêteur que le type d'échantillon sélectionné selon le mode de passation. Même en respectant rigoureusement les mêmes quotas, finalement, les échantillons ne sont pas comparables. L'ouvrier, le senior, la femme au foyer de l'*access panel* sont différents de ceux qu'on trouve dans l'autre échantillon, ne serait-ce qu'en raison de leur familiarité avec Internet. Par ailleurs, Nonna Mayer considère que l'échantillon du face-à-face est plus représentatif de la société française dans sa diversité. Dans les enquêtes de la CNCDH par exemple, les sondés de l'*access panel* comptent nettement moins de personnes d'origine étrangère ou de confession musulmane que celles interrogées en face à face. Le vrai problème, finalement, est le manque de transparence des sociétés d'*access panels* sur leur mode de recrutement des panélistes et sur leur gestion.

Question d'Émilien Houard-Vial à Vincent Tiberj

Émilien Houard-Vial s'accorde à dire que les enquêtés répondent moins vite en face-à-face qu'en ligne mais prennent-ils pour autant toujours le temps de réfléchir en face-à-face ?

Réponse de Vincent Tiberj

Pour Vincent Tiberj, cette question est aussi vieille que celle de la compétence politique. Certains enquêtés répondent trop vite, d'autres ne comprennent pas la question, d'autres encore répondent au hasard. L'avantage d'avoir un enquêteur en face de soi est que celui-ci sent lorsque l'attention de la personne interrogée décroît. Sa présence maintient l'attention de l'enquêté qu'il peut ramener dans la procédure d'interrogation.

Question d'Anja Durovic

Anja Durovic s'interroge sur le phénomène des non-réponses à une époque où il n'y a jamais eu autant d'enquêtes. Quand on prend le train, on nous demande si le voyage s'est bien déroulé, si les sièges étaient confortables, etc. Cela est valable aussi à l'université, sur le lieu de travail, etc. N'y a-t-il pas alors une forme de fatigue, de lassitude par rapport à la multiplication des enquêtes qui pourrait expliquer le taux croissant de non-réponses ? Existe-t-il des études sur ce point ? Anja Durovic rappelle également qu'un institut suisse a fait un gros travail d'enquête pour mieux connaître le profil des non-répondants. La conclusion de l'enquête, est que les non-répondants ...restent des non-répondants. Au sens qu'ils ne

répondront pas plus à des enquêtes qualitatives qu'ils ne le font aux enquêtes quantitatives.

Le dernier point que soulève Anja Durovic porte sur la surreprésentation des personnes à la fois âgées et diplômées, chose qu'elle trouve surprenante. Anja Durovic explique qu'en Allemagne, il arrive que les questionnaires d'enquêtes soient envoyés en format papier à domicile, accompagnés d'un billet de 5 euros. De prime abord, elle a trouvé cela un peu archaïque ; pourtant, cela n'est-il pas une bonne idée ? Cela permettait peut-être d'obtenir des réponses de la part des seniors les moins diplômés.

Réponse de Sandra Hoibian

Sandra Hoibian rappelle que le système d'envoi de questionnaire sous format papier est extrêmement coûteux : il faut déposer les questionnaires, les récupérer, prendre sans compter que l'on ne sait pas toujours avec les bases d'adresses à qui l'on a à faire. La chercheuse ne pense pas que cela soit compétitif par rapport à Internet, même si cela améliore la représentativité de l'échantillon sur certaines cibles (publics âgés). Il y aura toujours des personnes qui ne répondront jamais aux enquêtes, d'où une forme d'humilité dont le chercheur doit faire preuve quant à la valeur des résultats obtenus.

Remarque de Nonna Mayer à Anja Durovic

Nonna Mayer mentionne le fait qu'aux États-Unis ont été menées des expériences appelées *Foot In The Door* (le pied dans la porte) inspirées par les techniques des représentants de commerce pour se faire ouvrir la

porte : l'enquêteur insiste, essaie d'amadouer la personne, d'obtenir qu'elle réponde, ne serait-ce qu'à partir du questionnaire, lui dit qu'il a vraiment besoin de sa réponse pour éviter d'être sanctionné, etc.

Question de Martial Foucault

Martial Foucault se demande si nous n'avons pas parfois un niveau d'exigences trop élevé dans le sens où nous souhaitons obtenir une cohérence et une consistance des opinions qui échapperaient à toutes critiques. Or cela est impossible.

Les chercheurs devraient peut-être limiter les questions posées dans les sondages, puisque celles-ci ne donnent pas toujours des résultats satisfaisants. Martial Foucault souligne néanmoins que, dans certains cas, les enquêtes en ligne peuvent avoir des vertus. Par rapport au téléphone ou au face-à-face, elles offrent la possibilité de faire réagir les gens à des photos ou à des vidéos, ce qui peut « choquer », dans le bon sens du terme, les répondants. En face-à-face, les choses sont moins évidentes. Les enquêtes en ligne permettent donc une plus grande variété d'expérimentations.

Martial Foucault estime également que nous avons des difficultés, en France, à estimer véritablement le taux de participation aux élections. Parfois, les enquêtes tombent juste mais cela relève parfois presque du hasard. Martial Foucault termine en se demandant quelle pourrait être la prochaine méthode de recueil des données après le face-à-face, le téléphone et l'enquête en ligne. *Quid* d'un sondage sur Instagram dans notre société de l'instantanéité ?

Réponse de Sandra Hoibian

Sandra Hoibian constate qu'on observe déjà la généralisation des collectes de data, ce qui pose de nouveaux problèmes méthodologiques. En effet, la structuration des immenses bases de données n'est souvent pas pensée pour une analyse sociologique. Ainsi les données qui peuvent être collectées sur les réseaux sociaux évoluent constamment : de nouvelles données apparaissent, d'autres disparaissent, etc. En même temps ces data sont aussi un matériau puissant puisque les gens sur ces réseaux et sur internet parlent spontanément. C'est un riche outil, mais incontrôlable. En *data analytics*, il y a encore des progrès à faire. Cette question rappelle les débats sur le remplacement de la télévision, voire de la pratique de l'écrit, par Internet. En fait, nous découvrons qu'il existe désormais de nouveaux modes de communications mais que les anciens n'ont pas pour autant disparu. On peut supposer qu'il en sera de même pour les enquêtes et que les différents modes d'enquêtes ou d'approches méthodologiques permettront de multiplier les regards sur un même phénomène.

Remarque de Nonna Mayer à Martial Foucault

Nonna Mayer voudrait revenir sur ce qu'a dit Martial Foucault à propos de ce que serait *la* bonne question pour mesurer la participation à une élection. En 2017, dit-elle, plutôt que de demander frontalement « Avez-vous voté ? », nous avons mis au point une question qui laissait la porte ouverte à de nombreuses excuses pour décomplexer la personne qui ne souhaitait pas voter ou qui n'avait pas voté⁶. Le résultat obtenu était très

⁶ « Beaucoup d'électeurs n'ont pas voté au premier tour de l'élection présidentielle. Vous-même, pouvez-vous me dire si vous avez voté au premier tour de l'élection présidentielle le 23 avril dernier ?

proche de la réalité. Par ailleurs, on constate que les électeurs décident de plus en plus tard s'ils se rendront aux urnes, ce qui rend l'estimation du taux de participation plus difficile qu'auparavant. Nonna Mayer s'accorde par ailleurs avec Martial Foucault pour dire que les sondages en ligne sont très utiles pour faire des expérimentations, pour faire réagir les enquêtés émotionnellement à des photos par exemple comme dans certaines enquêtes en ligne de la CNCDH.

Nonna Mayer remercie tous les participants à ce séminaire pour les échanges stimulants qu'il a permis. Elle conclut qu'il nous faut accepter les biais de chacun des modes de passation des enquêtes qui ont toujours existé. Une partie importante de la population n'est jamais interrogée, par exemple les personnes qui sont en grande précarité sociale, celles qui sont placées en institutions ou en foyer, celles qui vivent dans des zones rurales très isolées. À ce propos, Sandra Hoibian mentionne le fait que le CREDOC essaye actuellement de monter un projet visant à produire une connaissance des vulnérabilités⁷. Le but est précisément d'obtenir davantage de données sur ces publics-là, sur les « inaudibles »⁸.

1. Vous n'êtes pas allé voter ; 2. Vous avez pensé aller voter, mais finalement vous n'y êtes pas allé ; 3. Vous allez généralement voter, mais cette fois vous n'y êtes pas allé ; 4. Vous avez voté (French Election Study 2017, Sciences Po-CEE/IEP de Bordeaux).

⁷ Enquête CREDOC avec le soutien financier de la Fondation Sanofi Espoir dans le cadre du lancement de l'Institut Vulnérabilités et résiliences : <https://www.credoc.fr/publications/quatre-millions-de-francais-fragilises-par-la-crise-sanitaire>

⁸ Céline Braconnier, Nonna Mayer (dir.), *Les inaudibles. Sociologie politique des précaires*, Paris, Presses de Sciences Po, 2015.