

Module 3 : Conception du questionnaire

Vidéo 1 sur 6 : Vue d'ensemble du module et durée

Frauke Kreuter



THE WORLD BANK

MANNHEIM
BUSINESS SCHOOL

À la fin du module, les participants devraient...

- ...savoir comment organiser un questionnaire CATI
- ... comprendre les difficultés cognitives qu'implique la réponse à des questions
- ... avoir intégré l'objectif de faire en sorte que chaque répondant comprenne la question et soit capable d'y répondre de manière fiable
- ... s'être familiarisés avec l'impact des choix de formulation
- ... être sensibilisés à l'importance d'éviter les ambiguïtés de formulation, les questions doubles et les double négations
- ... avoir conscience des effets de l'ordre des questions

Vue d'ensemble du cours

- Vidéo 1 : Vue d'ensemble, du concept aux questions, durée de l'enquête
- Vidéo 2 : Rédaction des questions (faits et attitudes)
- Vidéo 3 : Fluidité des sections et des questions
- Vidéo 4 : Répondant (cognition, bases)
- Vidéo 5 : Répondant (questions sensibles)
- Vidéo 6 : Niveaux, informateurs, synthèse

Du concept aux questions

Conception du questionnaire

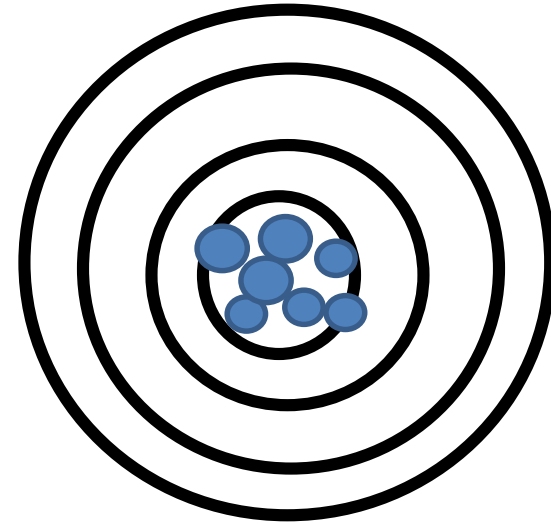


THE WORLD BANK

MANNHEIM
BUSINESS SCHOOL

But du développement du questionnaire

- Développer des mesures :
 - Fiables (cohérentes)
 - Valides (exactes)
 - Standard (permettant d'effectuer des comparaisons entre les personnes)
 - Pratiques (faciles à administrer)



But du développement du questionnaire

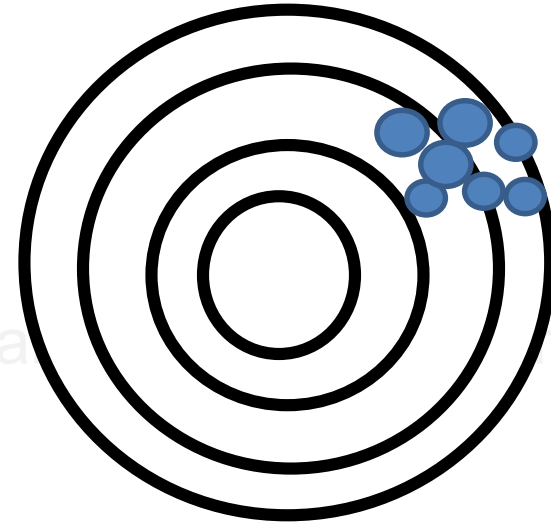
- Développer des mesures :

- Fiables (cohérentes)

- Valides (exactes)

- Standard (permettant d'effectuer des comparaisons entre personnes)

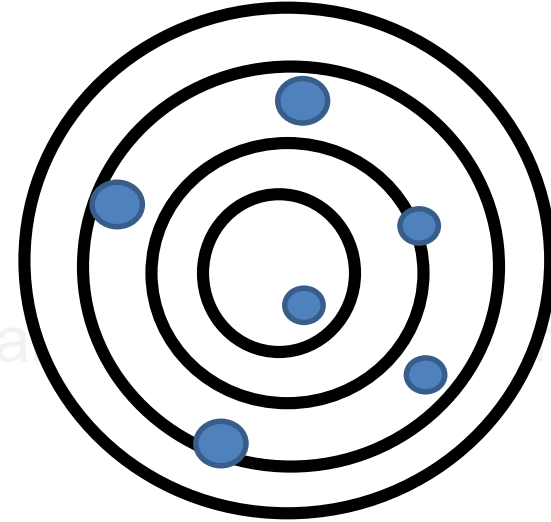
- Pratiques (faciles à administrer)



But du développement du questionnaire

- Développer des mesures :

- Fiables (cohérentes)
- Valides (exactes)
- Standard (permettant d'effectuer des comparaisons entre personnes)
- Pratiques (faciles à administrer)



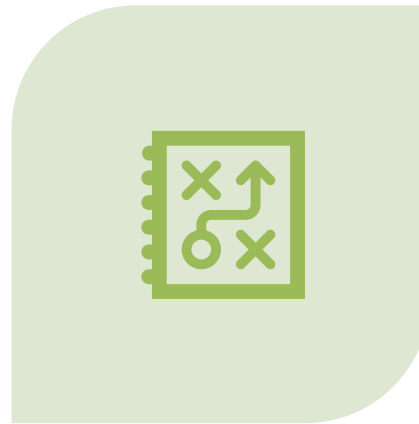
But du développement du questionnaire

- Développer des mesures :
 - Fiables (cohérentes)
 - Valides (exactes)
 - Standard (permettant d'effectuer des comparaisons entre les personnes)
 - Pratiques (faciles à administrer)

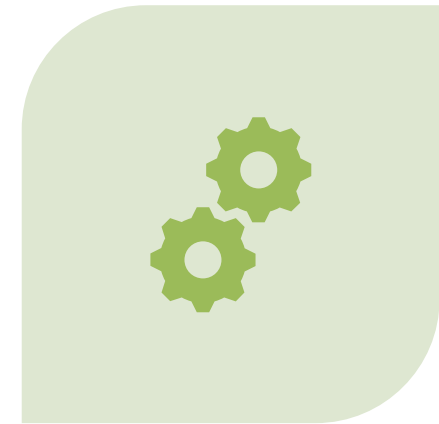
Définir des objectifs, des hypothèses, des concepts



DÉFINIR CE QUI DOIT ÊTRE
MESURÉ



APPROCHE BASÉE SUR LA THÉORIE
(DU HAUT VERS LE BAS)



APPROCHE BASÉE SUR LES
DONNÉES (DU BAS VERS LE HAUT)

Définir des objectifs, des hypothèses, des concepts

Rencontre avec les commanditaires et experts



Note : les demandes seront toujours supérieures à la place disponible dans le questionnaire

Revue de la littérature / des enquêtes passées



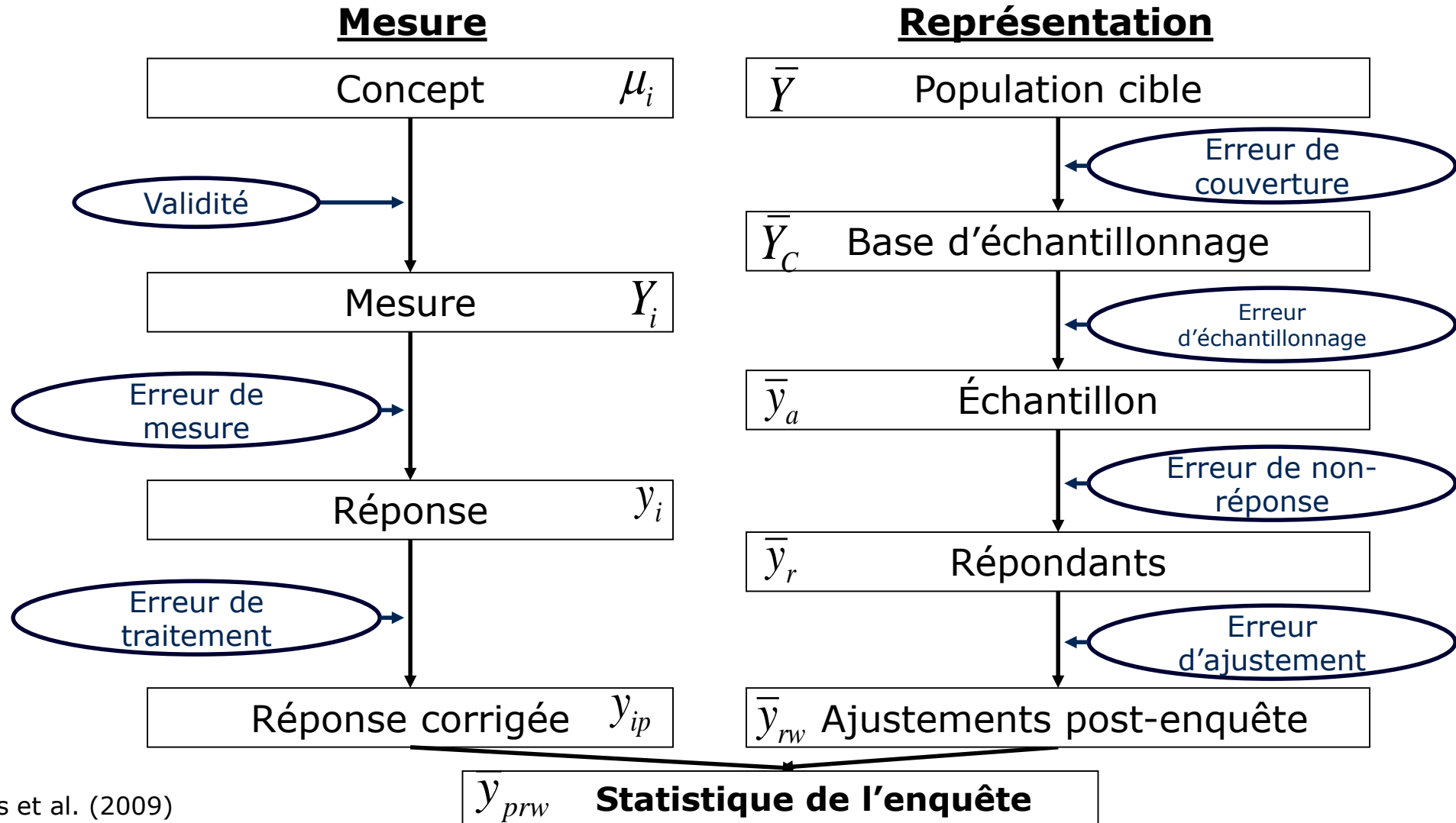
Note : Plusieurs ressources en ligne (Banque Mondiale, RTI, JPal, c4ed, etc.)

Groupes d'intérêt



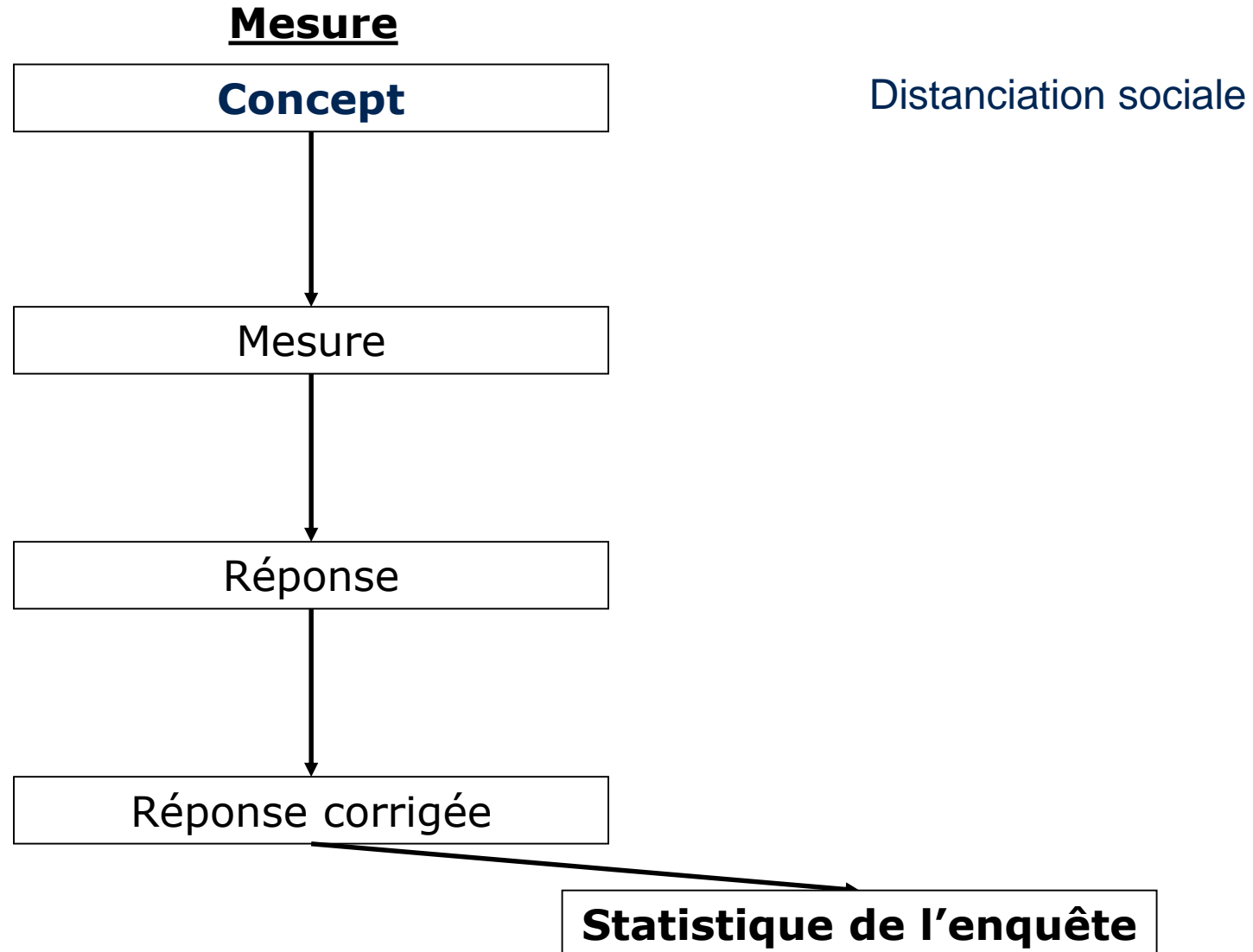
Note : il est souvent utile d'échanger avec la population cible

Cycle de vie de l'enquête du point de vue de la qualité



Source : Groves et al. (2009)

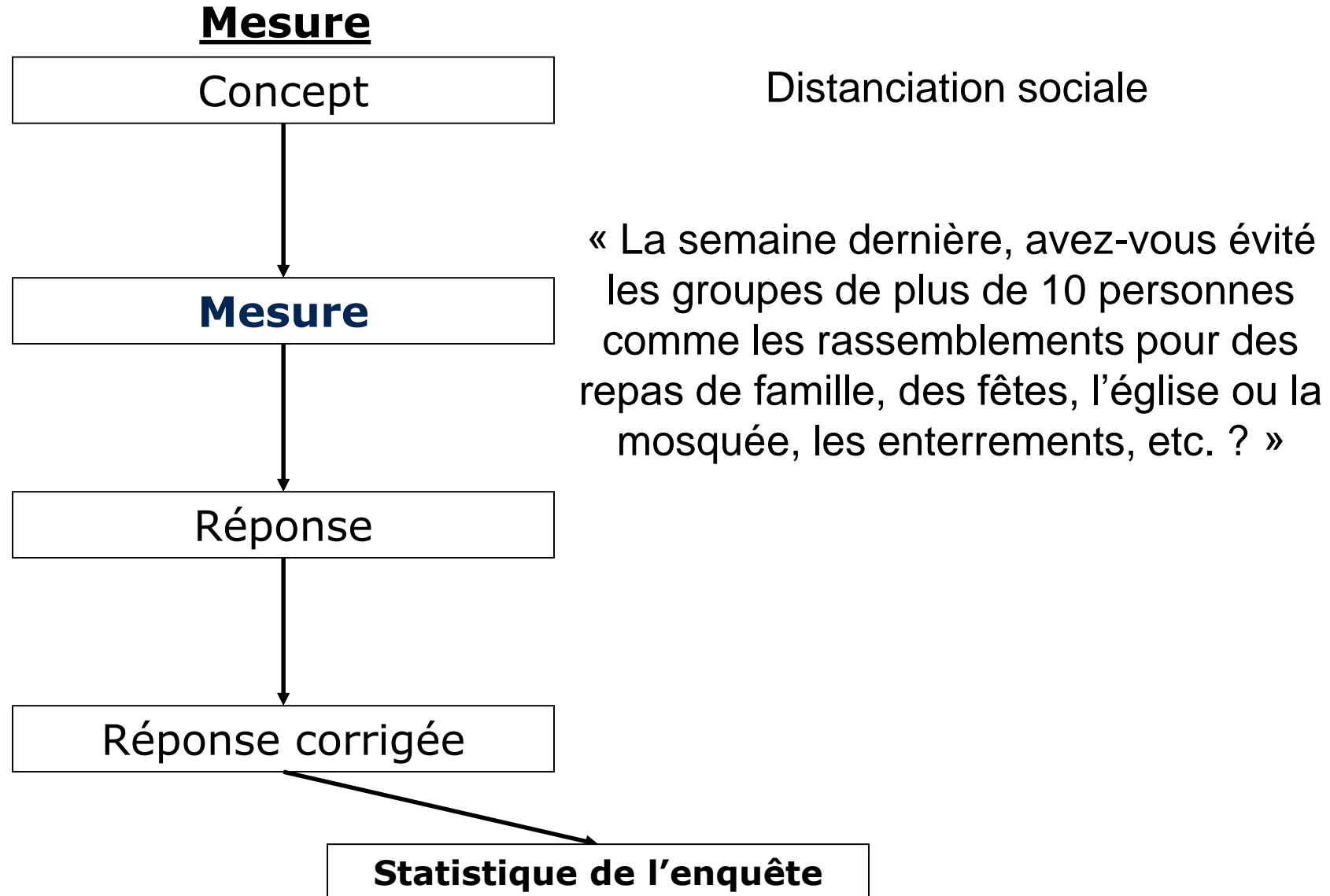
Cycle de vie de l'enquête du point de vue de la conception



« ... les objectifs de recherche de nombreuses études sont étonnamment mal définis. Demander à un chercheur ce qu'exactly doit être évalué par une question déclenche souvent des réponses vagues, voire des réponses totalement différentes de la part de différents chercheurs travaillant sur le même projet. »

(Schwarz 1997, p. 30)

Cycle de vie de l'enquête du point de vue de la conception



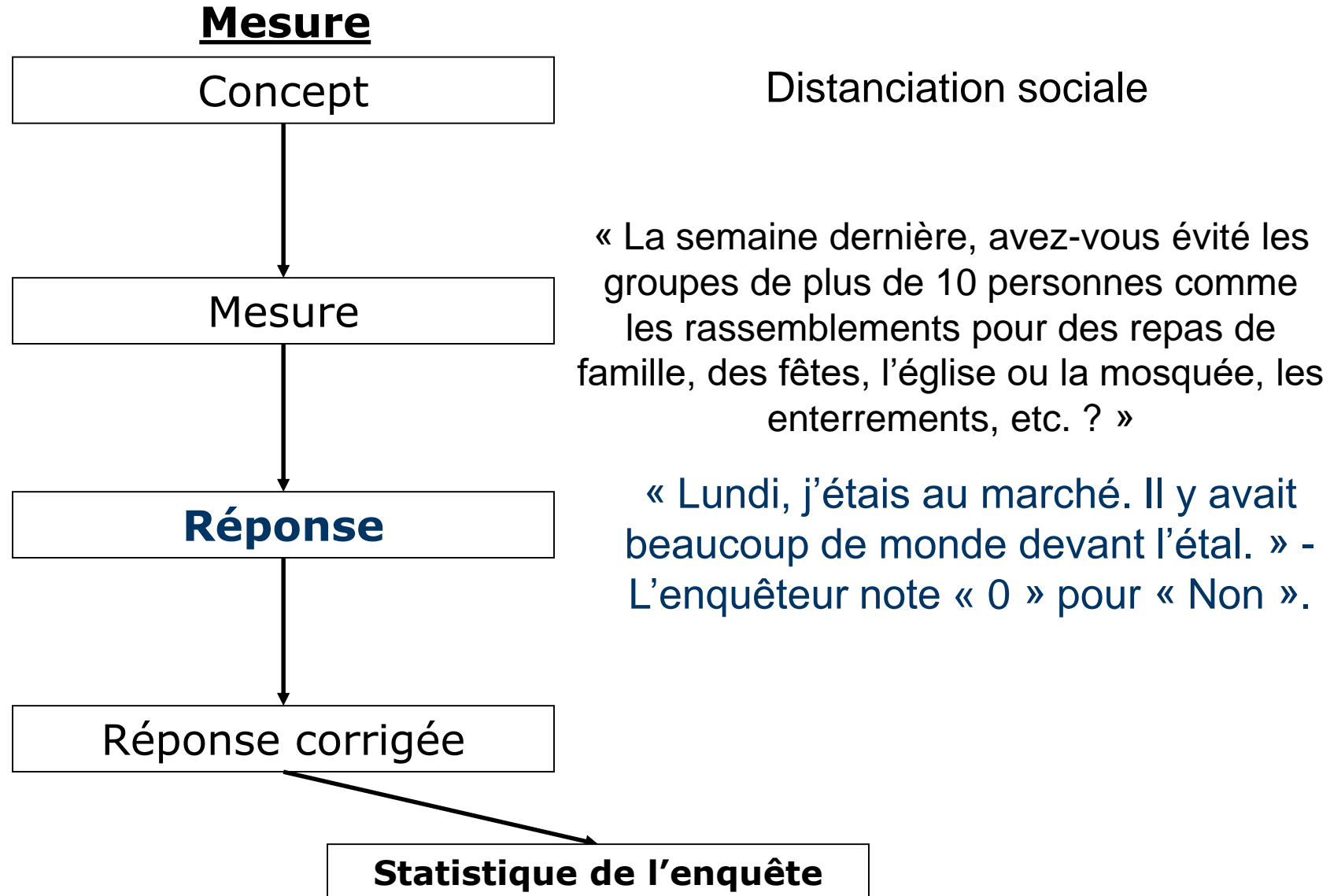
Mesure

- Établir un lien entre les concepts théoriques et les variables observables
 - Moyens de recueillir des informations au sujet des concepts
 - Exemples : questions, observations, échantillons de sol, mesures de tension artérielle
- Certains concepts sont constitués d'un seul attribut
 - Le sexe, l'âge, par ex.
- Certains concepts sont multi-dimensionnels et portent sur plusieurs attributs
 - Il faut plusieurs questions pour mesurer ce type de concept
 - Le statut socio-économique, la désirabilité sociale, par ex.
- Il existe généralement plusieurs façons (concurrentes) de mesurer un concept

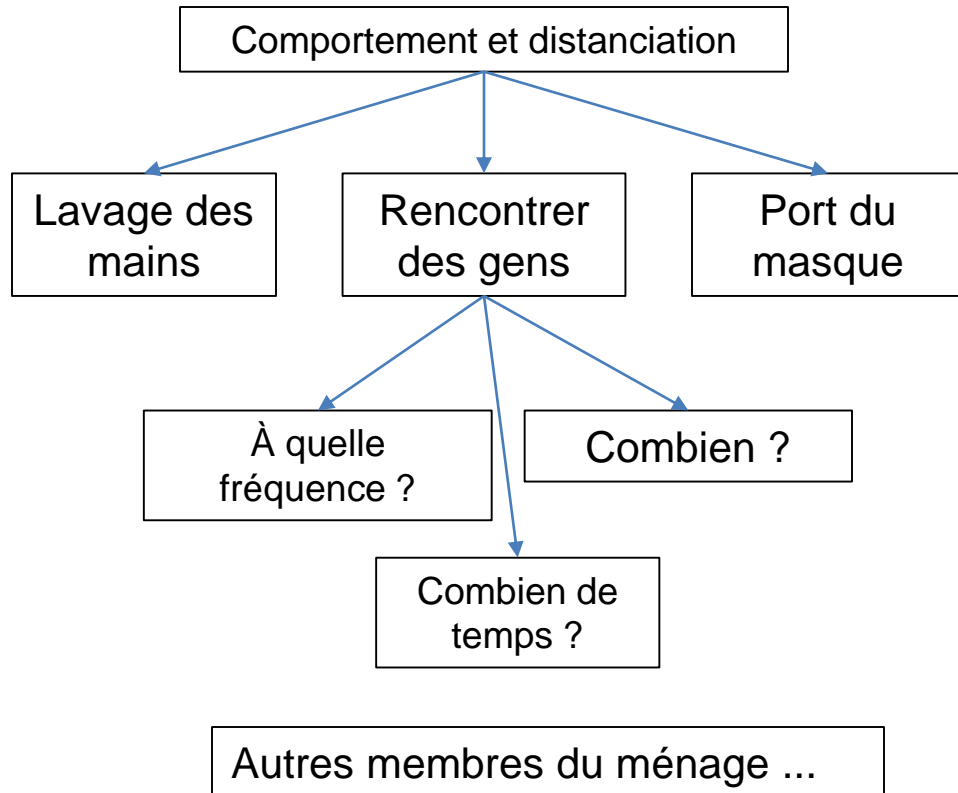
Mesure

- Pour déterminer ce que les membres de la population cible pensent et disent d'un sujet donné
 - Qu'est-ce que les répondants savent/ne savent pas de ce sujet ?
 - Que pensent-ils de ce sujet ?
 - Qu'est-ce qui est important/insignifiant aux yeux des répondants ?
 - Quelle langue emploient les répondants ?
 - Sommes-nous passés à côté de certains aspects du sujet ?

Cycle de vie de l'enquête du point de vue de la conception



Le cheminement du concept à la mesure...



Section 4. Comportement et distanciation sociale

Référence uniquement Référence uniquement Référence uniquement Référence uniquement

1	2	3	4
La semaine dernière, vous êtes-vous lavé les mains au savon plus souvent que d'habitude ?	La semaine dernière, avez-vous évité les poignées de main ou les salutations avec contact physique ?	La semaine dernière, avez-vous évité les groupes de plus de 10 personnes comme les repas de famille, les fêtes, l'église ou la mosquée, les enterrements, etc. ?	Au cours des 7 derniers jours, à quelle fréquence vous êtes-vous lavé les mains au savon après une sortie en public ?
OUI 1 NON 2 NE SAIS PAS 3	OUI 1 NON 2 N/A 3	OUI 1 NON 2 N/A 3	TOUT LE TEMPS 1 LA PLUPART DU TEMPS 2 ENVIRON LA MOITIE DU TEMPS 3 QUELQUES FOIS 4 JAMAIS 5 JE N'AI PAS ETE EN PUBLIC CES 7 DERNIERS JOURS 6

High Frequency Mobile Phone Surveys of Households to Assess the Impacts of COVID-19 (Vol. 4) : Questionnaire Template (en anglais). Washington, D.C. : Groupe de la Banque Mondiale. <http://documents.worldbank.org/curated/en/567571588697439581/Questionnaire-Template>

... peut être long

Durée

Conception du questionnaire



THE WORLD BANK

MANNHEIM
BUSINESS SCHOOL

Pourquoi faire court ?

- Les enquêteurs ne peuvent pas savoir dans quel état d'esprit le répondant se trouve
(il leur est impossible de voir si le répondant est distrait, par ex.)
- Parler au téléphone, en particulier avec un téléphone mobile, est plus difficile qu'en face à face
- La charge de la batterie peut limiter la durée de la conversation
- Aucune indication visuelle ne peut être donnée aux répondants (échelles, images)
- Les répondants doivent mémoriser ce qu'ils entendent

Quelle devrait être la durée d'une enquête ?

- Schnell (2019) recommande :

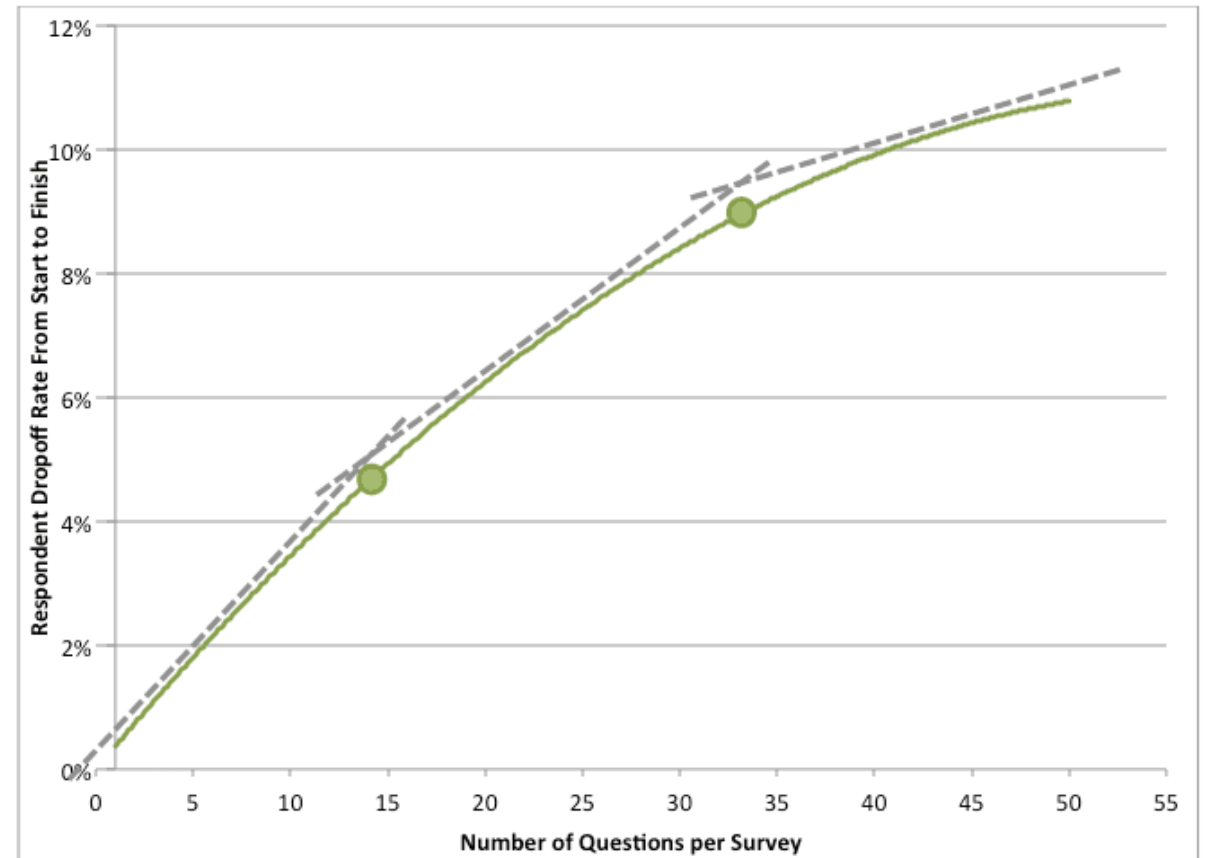
Durée maximale (en minutes) :

Fàf	CAPI	CATI	Courrier	E-mail	Web
60	60	20	15	15	15

Idéal < 7 minutes ; < 30 minutes

Les enquêtes CATI manquent de stimuli visuels pour aider le répondant à rester concentré, à comprendre la question et à se souvenir des catégories de réponse.

Néanmoins, contrairement au Web, les enquêteurs aident à maintenir l'engagement des répondants.



Taux d'abandon des enquêtes Web de SurveyMonkey

https://www.surveymonkey.com/curiosity/survey_questions_and_completion_rates/

FIN DE LA VIDÉO 1