



Evidence-based Malaria BCC: From Theory to Program Evaluation

Module 2 : Recherche formative pour la CCSC : connaissez-vous votre public ?

Parte 1 : Qu'est-ce que la recherche formative ?

Bonjour, je m'appelle Michelle Kaufman et je suis chargée de recherche et d'évaluation au Centre pour les programmes de communication qui fait partie de l'École de santé publique Bloomberg de l'Université John Hopkins. Ce module porte sur la recherche formative pour la CCSC. Nous allons voir comment s'assurer qu'on connaît suffisamment son public et comment utiliser la recherche pour élaborer une communication efficace. La première étape consiste à obtenir une vue d'ensemble du public cible à l'aide de la recherche formative.

J'aimerais juste ajouter que cette formation en ligne a reçu le soutien financier de l'Agence des États-Unis pour le développement international dans le cadre du projet Networks.

Ce module comporte trois objectifs d'apprentissage principaux. A la fin de cette présentation, vous aurez acquis les compétences suivantes :

1. Identifier les différentes étapes d'une recherche formative
2. Connaître les diverses méthodes de collecte des données de recherche formative
3. Comprendre la façon la plus efficace d'animer les groupes de discussion

Ce cours sera divisé en cinq parties et se conclura sur un bref résumé des points essentiels, suivi d'une courte liste de ressources complémentaires que vous pouvez avoir envie de consulter pour en apprendre davantage.

Partie 1 : Qu'est ce que la recherche formative ?

Partie 2 : Méthodes de collecte des données généralement utilisées en recherche formative.

Partie 3 : Choisir parmi les différentes méthodes qualitatives.

Partie 4 : Animer des groupes de discussion.

Partie 5 : Concevoir les questionnaires d'enquête utilisés en recherche formative.

Commençons par expliquer ce qu'est la recherche formative. La recherche formative est une étape cruciale dans l'élaboration d'un programme CCSC. Plus précisément, il s'agit d'une recherche, qu'elle soit qualitative ou quantitative, utilisée tout d'abord pour identifier la population cible.

- Si l'objectif de votre programme CCSC est d'accroître l'utilisation des TPG afin de prévenir le paludisme chez les femmes enceintes, vous devrez d'abord réaliser une recherche formative pour identifier quel est le public cible. Est ce qu'il s'agit des femmes enceintes elles mêmes, des femmes qui ne sont pas enceintes, du personnel médical qui

administre les TPG, des maris, des personnes enceintes ou les autres membres de la famille?

- Ensuite, vous aurez probablement besoin de déterminer les besoins et les facteurs de risque de cette population cible. Quel est leur niveau de connaissances? Quelles sont les croyances et les mythes répandus dans la communauté? L'utilisation d'une moustiquaire est-elle un problème?
- Troisièmement, vous devez identifier les obstacles et les motivations des comportements que vous essayez de faire changer. Par exemple, les hommes prennent-ils la majorité des décisions du foyer et décident-ils de ce fait qui dort sous une moustiquaire ou comment l'argent est dépensé pour les traitements? Les gens pensent-ils que les moustiquaires ne doivent être utilisées que pendant la saison des pluies? Voici quelques uns des obstacles ou motivations susceptibles d'influencer les comportements.
- Quatrièmement, il est important de comprendre les habitudes médiatiques du public cible et d'identifier les moyens de communication auxquels il a accès, qu'il utilise le plus souvent et auxquels il fait le plus confiance. Par exemple, les gens ont-ils des radios, des télévisions ou des téléphones portables? Et qui utilisent quel moyen de communication?

Voici le schéma d'un système complet d'évaluation fréquemment utilisé dans les interventions de communication sanitaire. Les évaluations comportent généralement trois phases principales qui débutent pendant la période qui précède l'intervention avec la recherche formative ou l'évaluation formative. Elle consiste à examiner les informations disponibles par une analyse documentaire ou une analyse des données secondaires. À déterminer les buts et objectifs de l'intervention, puis à collecter et analyser les données quantitatives et ou qualitatives afin de mieux comprendre le public et de mieux formuler les messages de la CCSC.

La deuxième phase, communément appelée suivi, correspond à la mise en œuvre de l'intervention. Elle consiste à examiner la portée de l'intervention, l'accessibilité du message et les premiers résultats.

La troisième phase est l'évaluation des résultats qui a lieu à la fin de l'intervention. Elle comprend une recherche d'impact visant à examiner en quoi l'intervention a changé les comportements. Dans ce module, nous allons nous concentrer sur la phase formative ou phase de pré intervention.

Une recherche formative comporte généralement sept grandes étapes. Je vais détailler chacune d'entre elles. Ces sept étapes sont :

1. L'examen des documents existants
2. L'identification des questions de recherche
3. La construction d'un cadre conceptuel pour guider la recherche
4. Le choix de la méthode de collecte des données utilisées
5. La conception de l'étude

6. La collecte des données

7. L'analyse des données qui seront ensuite utilisées pour élaborer les messages de votre intervention

La première étape de la recherche formative consiste à examiner les documents existants. Pour cela, il faut réaliser une recherche de mots clés dans la littérature évaluée par les pairs et dans ce qu'on appelle la littérature grise, c'est à dire les rapports techniques qui n'ont pas été publiés dans les revues à comité de lecture pour examiner les recherches antérieures éventuelles sur votre sujet. Le but est de déterminer ce qui a fonctionné ou n'a pas fonctionné dans les contextes similaires aux vôtres ou différents. Vous utilisez les résultats de ces examens documentaires pour formuler vos propres questions de recherche et votre cadre conceptuel. S'il y a peu de littérature disponible ou souvent en plus de l'examen documentaire, certains chercheurs aiment faire une analyse des données secondaires dans les ensembles de données existants, comme les données EDS. Cela permet de voir s'il est possible d'identifier les besoins de la population cible sans collecter de nouvelles données.

Lorsque vous aurez examiné les données documentaires existantes, vous pourrez passer à l'étape suivante, c'est à dire l'identification des questions de recherche pour votre propre recherche formative. Qu'avez vous réellement besoin de savoir pour garantir l'efficacité de votre intervention? Quels autres facteurs peuvent être liés au comportement que vous souhaitez modifier avec votre intervention? Au Nigeria, par exemple, lorsque le projet Networks a voulu créer un programme de sensibilisation à l'entretien et à la réparation des moustiquaires, il a fallu commencer par réaliser une recherche formative. La principale question de recherche était qu'est ce que les utilisateurs de moustiquaires de la zone ciblée savent, pensent et perçoivent de l'entretien et de la réparation de leurs moustiquaires? C'est un bon exemple de question de recherche permettant de guider une recherche formative.

La troisième étape du processus de recherche formative consiste à élaborer un cadre conceptuel. C'est un modèle qui explique ce qui, à votre avis, explique un comportement ou une pratique sanitaire. C'est une traduction visuelle de votre compréhension de ce qui se passe, qui est utilisée pour alimenter la recherche, notamment pour permettre d'élaborer de nouvelles questions de recherche. Cette diapositive présente le cadre conceptuel qui fut utilisé dans le projet Networks lorsque nous explorions les facteurs influençant l'entretien et la réparation des moustiquaires. Nous avons utilisé ce modèle pour créer les questions que nous avons ensuite posées lors de notre recherche formative.

Il s'agit là d'un cadre conceptuel assez complexe et détaillé. Mais vous pouvez voir dans les champs bleus les normes sociales et les croyances qui semblaient influencer les intentions. Qui sont, elles, en rouge. Ces intentions étaient réputées entraîner les comportements réels qui sont, eux, en violet. Ces comportements, associés à certains facteurs environnementaux représentés par les cercles gris, étaient réputés influencer la confiance accordée aux moustiquaires ainsi que leur intégrité. Une intégrité élevée de la moustiquaire était associée à une durée de vie plus importante des moustiquaires, à une diminution de l'incidence du paludisme, à des économies pour le programme et pour le pays et à des économies pour le foyer. Ce modèle fut utilisé pour la recherche formative de ce projet dans lequel la plupart des

questions des participants à la recherche formative concernaient ces différents facteurs d'influence.

Pourquoi est ce important d'utiliser un cadre conceptuel? Tout d'abord, il offre une meilleure compréhension des facteurs qui influencent le comportement que vous souhaitez changer. Ensuite, il peut aider à formuler quels sujets explorer ou suivre lors de la collecte des données de recherche formative. Pour finir, les modèles conceptuels sont en constante évolution. Au fur et à mesure que nous apprenons davantage, nous allons modifier notre modèle, ce qui est normal, comme cela a été dit dans le module un. La théorie est très importante en CCSC et elle peut généralement aider à élaborer un cadre conceptuel.

Souvent, les théories de changements comportementaux vous donneront déjà une idée des raisons pour lesquelles les individus font ce qu'ils font. L'utilisation de ces théories bien établies peut vous aider à identifier de nouvelles questions de recherche et vous permettre d'adapter ces théories à votre contexte spécifique. L'utilisation de théories peut également aider à élaborer les guides pour les entretiens approfondis. Les groupes de discussion, les entretiens avec les informateurs clés ou à concevoir des questionnaires. Elle peut également orienter l'élaboration de votre livre de code dont nous parlerons un peu plus tard dans le cadre de l'analyse des données qualitatives. Enfin, la théorie peut orienter l'analyse des données aussi bien qualitatives que quantitatives.

La première partie se termine. Nous avons parlé de l'importance d'une recherche formative. Nous allons maintenant faire une courte pause. À notre retour, nous parlerons des différentes méthodes de collecte des données utilisées en recherche formative.

Parte 2 : Méthodes de collecte des données pour la recherche formative

Passons maintenant à la deuxième étape qui concerne les différentes étapes de collecte des données disponibles pour réaliser la recherche formative. On pense souvent que la recherche formative ne consiste qu'en une série d'entretiens et de groupes de discussion. Mais en réalité, la recherche formative peut inclure n'importe quel type de collecte de données, y compris sous la forme d'exams approfondis de la littérature existante, de recherches qualitatives et de questionnaires ou d'enquêtes quantitatives.

Le recueil des données quantitatives peut comprendre un recensement qui vise à collecter les données auprès de chaque individu d'une population ou prendre la forme d'une enquête sur échantillon pour laquelle on sélectionne un sous ensemble représentatif de la population. L'échantillonnage se fait généralement de manière aléatoire afin d'optimiser la représentativité de l'échantillon et d'éviter tout parti pris dans le processus de sélection. Par exemple, elles peuvent être réalisées tout au début, avant l'intervention, pendant la phase de pré test, puis renouvelées plus tard pendant la période de suivi ou de post-test. Les données du panel ou de la cohorte sont recueillies au moment un, puis lors de nouveaux entretiens avec les mêmes individus au moment deux et à d'autres moments, il est possible de réaliser des entretiens de sortie avec les patients après leur visite au centre médical. Elles sont également très utiles pour

concevoir les interventions futures. Les entretiens structurés comportent essentiellement des questions fermées. Par exemple, avec le personnel de santé ou les chefs de communautés. La recherche formative peut également inclure des analyses du rapport coût efficacité pour déterminer quel format d'intervention utilisé. Par exemple, est il plus pertinent de communiquer un message CCSC par radio, par télévision ou par texto en fonction de votre public? Et quel format vous donnera la plus grande portée au moindre coût? La caractéristique la plus courante des méthodes quantitatives est cependant qu'avec un échantillonnage adéquat, on obtient la meilleure représentativité de la population cible. En d'autres termes, il est plus simple d'échantillonner les gens qui correspondent le plus à votre public cible final.

De nombreuses méthodes qualitatives qui peuvent être utilisées pour mener une recherche formative. Les plus courantes sont des entretiens approfondis où Lisa et les groupes de discussion ou GD. Les groupes de discussion sont particulièrement indiqués si vous voulez profiter de la dynamique de groupe, par exemple pour explorer, échanger, discuter des opinions et des choix ou pour demander aux participants de réagir aux opinions de chacun. Les GD nécessitent des compétences plus développées de gestion du groupe dont nous allons parler dans quelques instants. Les entretiens avec des informateurs clés sont des entretiens avec des principales personnalités de la communauté qui ont une vision pénétrante de la situation et peuvent s'exprimer sur le comportement de la communauté en général. Les ethnographies sont des exercices de groupe ou individuels qui visent à explorer le fondement socioculturel des comportements des groupes ou des individus. Elles peuvent être réalisées sur la base des observations participatives pour lesquelles quelqu'un faisait partie de la communauté. Réalise une étude d'observation. Il est également possible d'utiliser des observations non participatives pour lesquelles une personne extérieure à la communauté peut observer les étapes d'un processus, l'utilisation des ressources ou les schémas d'interaction. Il est également possible de mener une recherche historique ou des entretiens d'histoire orale pour examiner les raisons historiques pour lesquelles les individus se comportent comme ils le font. Les méthodes qualitatives peuvent aussi inclure des techniques de projection, comme par exemple le test du classement, la liste libre, le rangement, les tests sur photos ou les dessins. Nous allons en parler dans quelques instants.

Cette diapositive montre les différences les plus courantes citées entre la recherche qualitative et la recherche quantitative. La méthode que vous utilisez dépendra des questions de recherche que vous posez dans votre travail formatif. Quant aux méthodologies qualitatives, elles peuvent inclure une approche plus exploratoire lorsque vous recherchez les causes d'un comportement, c'est relativement subjectif. En d'autres termes, il faut être capable d'interpréter les données recueillies auprès des participants. Elles donnent un aperçu des processus, des tendances, des motivations et des significations liées au comportement. Elles nécessitent un processus d'interprétation. En méthodologies quantitatives, il s'agit souvent de demander combien ou à quelle fréquence. Elle est relativement objective. Elle fournit des preuves et permet de mesurer le niveau ou la fréquence d'un comportement. Les tendances ou les corrélations entre deux types de comportements différents. Elle vous permettra de décrire et de prédire le comportement.

Les deux prochaines diapositives parcourent les questions que vous devrez vous poser lorsque vous déterminez le type de méthodologie utilisée. Par exemple, quel est l'objectif de votre

recherche? Si vous cherchez à établir un tableau plus riche et plus personnel des motifs et des décisions individuelles, ou si vous avez besoin d'une validité interne élevée, autrement dit une validation locale, alors vous avez tout intérêt à utiliser des méthodes qualitatives. En revanche, si vous devez mesurer les indicateurs numériques, une estimation des paramètres de la population ciblée ou que vous avez besoin de validité externe ou validité générale élevée, vous aurez probablement recours aux méthodes quantitatives. Si vous voulez comprendre les catégories et les thèmes qui sont au centre de ce que les individus pensent ou ce dont ils parlent, les méthodes qualitatives sont certainement plus adaptées. Mais si vous connaissez déjà les thèmes qui sont au centre des réflexions et des discussions, les méthodes quantitatives seront plus adaptées et vous permettront de déterminer la fréquence de ces thèmes. Par exemple, si vous voulez déterminer pourquoi les individus ne vont pas chercher de traitement antipaludéen auprès des centres sanitaires. Les méthodes qualitatives vous aideront à identifier les facteurs impliqués, mais si vous connaissez déjà ces facteurs comme l'attachement à la médecine traditionnelle, la difficulté d'accès aux centres médicaux, les coûts engendrés par la visite dans un centre médical ou la gêne face à la procédure médicale. Vous pourrez alors utiliser les méthodes quantitatives pour connaître la fréquence de ces facteurs au sein de votre population cible.

Un autre aspect important à prendre en compte est la taille de l'échantillon. Vous pouvez utiliser les méthodes qualitatives lorsque vous voulez trouver des réponses auprès d'un nombre de participants relativement faible ou si vous voulez en apprendre davantage sur un petit groupe de gens, mais vous préférerez probablement les méthodes quantitatives si vous avez la possibilité d'échantillonner systématiquement, de sorte que l'échantillon soit statistiquement représentatif de votre population ou si vous souhaitez en apprendre davantage sur une population dans son ensemble.

Un autre facteur important à prendre en compte pour choisir entre méthode qualitative et méthode quantitative, et bien entendu la capacité analytique. Nombreux sont ceux qui ne se sentent pas à l'aise avec l'analyse quantitative et les statistiques et qui vont s'orienter vers les méthodes qualitatives. Pourtant, une bonne analyse qualitative qui requiert beaucoup de discernement et de discipline, est bien plus difficile à réaliser correctement que le pensent la plupart des gens. Il s'agit souvent d'un processus long et fastidieux qui demande beaucoup de concentration.

La contrainte de temps doit également être prise en compte. Cela dépend en partie de l'ampleur des techniques utilisées, de la complexité des concepts examinés et de la diversité du public étudié. Mais il existe des moyens d'adapter une recherche formative aux contraintes de temps. Par exemple, avec des méthodes qualitatives, vous pouvez animer des discussions de groupe très rapides, plus rapides qu'une grande enquête sur un échantillon représentatif. Cependant, dans les méthodes quantitatives, les statistiques de service, lorsqu'elles sont recueillies de manière systématique, peuvent offrir une source d'information. Il est donc important d'être pragmatique et d'utiliser des données existantes lorsqu'elles sont disponibles et pertinentes.

Toutes les méthodes de recherche ont une utilité et peuvent être utilisées à différentes fins en fonction des besoins du programme et de la nature du public. La plupart des programmes font

appel à des méthodes multiples aux différentes étapes du projet. C'est très utile car aucune source de données ne donne une image complète de la situation.

Lors du choix de la méthode la plus adaptée, il est important de se poser quelques questions. Ces méthodes sont-elles cohérentes avec votre théorie? Avez-vous besoin de produire des hypothèses ou de tester des hypothèses? Dans quelle mesure est-il important de généraliser vos données à l'ensemble de la population? Les méthodes choisies vont-elles produire le type d'information dont vous avez besoin? Et si vous utilisez plusieurs méthodes, comment vont-elles se compléter?

Les approches qualitatives et quantitatives intégrées peuvent être utiles, notamment l'utilisation de méthodes qualitatives pour générer des hypothèses vérifiées ensuite par une enquête quantitative. Vous pouvez également élaborer des questionnaires basés sur vos découvertes qualitatives ou utiliser des découvertes qualitatives pour interpréter, renforcer ou examiner les découvertes quantitatives. Pour finir, vous pouvez vous appuyer sur les découvertes qualitatives pour obtenir une compréhension contextuelle de la communauté d'intérêt.

J'espère que cet aperçu des éléments à prendre en compte pour choisir entre méthodes qualitatives et méthodes quantitatives vous aura été utile. Je vous propose de faire une pause à notre retour. Nous passerons à la partie trois dans laquelle nous détaillerons les différents types de méthodes qualitatives.

Parte 3 : Choisir une méthode qualitative pour votre recherche formative

Reprenons. Dans la partie précédente, nous avons parlé des avantages relatifs des méthodes qualitatives et quantitatives. Nous allons maintenant entrer un peu plus dans le détail des méthodes qualitatives et comment choisir entre les différentes approches disponibles. Nous allons expliquer comment déterminer la méthode qualitative la plus adaptée lors de l'élaboration d'une recherche formative.

L'une des méthodes qualitatives les moins utilisées est pourtant l'une des plus solides et la technique de projection. Cette technique permet aux participants de donner leur opinion sur des sujets ou des situations spécifiques. Elle permet souvent d'enrichir les discussions de groupes en améliorant la dynamique de groupe par rapport au groupe de discussion classique. Elle permet également de réduire le risque d'obtenir des réponses socialement acceptables ou que les participants taisent certaines informations.

Les techniques de projection ont également la capacité d'offrir des informations plus révélatrices sur les facteurs socio-culturels. Par exemple, lorsqu'un facteur culturel est profondément ancré ou de l'ordre du subconscient. Les techniques de projection peuvent le ramener à la surface. Lorsqu'on traite de sujets sensibles comme la dynamique du genre, il peut également être plus simple d'en discuter à la troisième personne, ce que permettent les techniques de projection. Pour finir, le format informel et ouvert des techniques de projection permet plus d'ambiguïté et un débat plus large au sein d'un groupe. Cependant, la limite de ces

techniques est que son interprétation demande du temps et son analyse requiert une approche holistique ou à angles multiples.

Cette diapositive présente cinq photos utilisées lors d'une technique de projection par photographie en Indonésie dans le cadre d'une étude axée sur le comportement tabagique dans les lieux publics. La diapositive suivante montre les questions qui ont été posées aux participants concernant chacune des photos. Les participants ont été réunis en un groupe de discussion et ils ont commencé par regarder chacune de ces cinq photos, puis ont répondu à chacune des cinq questions suivantes :

1. Qu'est ce qui vous vient à l'esprit à la vue de cette photo?
2. Pouvez vous décrire ce que vous voyez sur cette photo?
3. Quelle émotion cette photo déclenche t elle chez vous?
4. Et pourquoi cette photo représente t elle quelque chose qui se produit dans votre communauté? Pourquoi?
5. Que feriez vous si vous étiez témoin de cette situation dans un lieu public, par exemple un centre commercial ou un restaurant?

Cette technique a permis aux chercheurs de prendre la véritable mesure des normes communautaires concernant le tabagisme en Indonésie.

Il existe d'autres façons d'utiliser les techniques de projection. Il est possible, par exemple de discuter des règles en général, comme décrire ce qu'est un homme de valeur, une femme de valeur, un bon chef de communauté ou un bon enseignant. Une autre technique consiste à terminer des phrases. Pour cela, il faut commencer une phrase et laisser le participant la terminer. Par exemple, il est important de dormir sous une moustiquaire, mais la plupart des gens ne le font pas parce que trois points de suspension et le participant complètent la phrase. Ou encore c'est bien de faire faire le test de dépistage du paludisme aux enfants qui ont de la fièvre, mais presque personne ne le fait parce que trois points de suspension et le participant termine la phrase C'est une technique efficace parce qu'elle permet de manière créative d'obtenir une représentation exacte de ce que le participant pense des normes et comportements sociaux.

Les méthodes de collecte des données les plus couramment utilisées en recherche formative sont les groupes de discussion ou les entretiens approfondis individuels. Les deux méthodes sont souvent utilisées en association, mais laquelle est la plus adaptée? Il faut d'abord se demander si une intervention de groupe favoriserait l'obtention des données recherchées ou au contraire l'entraverait. Par exemple, vous pouvez utiliser les groupes de discussion lorsque l'interaction entre les personnes interrogées a des chances de favoriser la richesse des réponses ou des opinions nouvelles et utiles, alors que les entretiens approfondis individuels seront plus adaptés lorsque l'interaction de groupe risque d'être limitée ou peu productive.

Il faut également se demander si la pression du groupe ou des pairs a des chances de stimuler la réflexion de la personne interrogée. Si c'est le cas, il est préférable d'opter pour les discussions de groupe. Par exemple, si vous cherchez à comprendre pourquoi les gens ne vont pas chercher immédiatement un traitement anti-paludéen. Il peut être productif de confronter

les raisons des différents membres du groupe. En revanche, si la pression du groupe ou des pairs risque de gêner les personnages interrogés ou de les forcer à restreindre leur réponse, voire à ne pas donner leur avis, il sera préférable d'utiliser les entretiens approfondis individuels.

Le troisième élément à prendre en compte est la sensibilité du sujet abordé. Si le sujet n'est pas sensible au point que les participants se sentent obligés de tempérer leur propos ou de taire certaines informations, il est possible d'organiser des discussions de groupe. En revanche, si le sujet est si sensible que les participants ne sont pas prêts à en parler ouvertement dans un groupe, il sera préférable d'avoir recours aux entretiens approfondis.

Pour finir, il est important de déterminer la profondeur des réponses individuelles que vous souhaitez. Vous pouvez utiliser le groupe de discussion lorsque le sujet permet aux participants d'exprimer tout ce qui est pertinent ou tout ce qu'ils savent en 20 minutes, ce qui correspond à peu près au temps de parole de chacun lors d'une discussion de groupe. Si en revanche, le sujet nécessite des réponses plus approfondies, ce qui est le cas de certains sujets complexes ou que les personnes interrogées connaissent très bien le sujet, alors les entretiens individuels approfondis seront plus adaptés.

Comme je le disais tout à l'heure, l'analyse des données qualitatives demande beaucoup de temps et de travail. Lorsqu'elle est réalisée correctement, elle nécessite de mettre au point un système de codification qui, à son tour, nécessite la rédaction d'un livre de code dans lequel sont identifiés les thèmes qui, selon vous, se sont révélés importants. L'idéal est d'avoir au moins deux codeurs indépendants pour coder les données en fonction du livre de code, puis de comparer les résultats et de discuter des différences. Cela permet d'obtenir ce qu'on appelle la fiabilité inter évaluateur.

Il existe également des logiciels comme Atlas TI et In-vivo in vivo qui aident à organiser le système de codification. Une fois la codification achetée, les décodeurs ont souvent besoin d'une réunion supplémentaire pour discuter de l'analyse et de l'interprétation des données.

Les problèmes les plus fréquemment rencontrés en recherche formative qualitative sont les suivants. Poser trop de questions dans le guide d'entretien. Utiliser les questions d'enquête au lieu de questions ouvertes. Demander des informations confidentielles en situation de groupe. Être incapable de rebondir sur des questions ou utiliser un échantillon trop important pour l'analyse. Si vous gardez ces problèmes à l'esprit lors de la conception de votre recherche, vous devriez éviter la plupart de ces difficultés.

Ainsi se termine la troisième partie. Nous avons évoqué les différentes options permettant de recueillir les données qualitatives. Les groupes de discussion sont la forme de recherche formative la plus employée et nous allons les examiner plus en détail dans la quatrième partie.

Parte 4 : Animer des groupes de discussion dans le cadre de la recherche formative

Reprenons avec la quatrième partie de ce cours. Nous allons maintenant présenter différentes façons de réussir votre discussion de groupe dans un groupe de discussion. Le rôle du modérateur est très important. Cette personne oriente la discussion, favorise l'interaction entre participants, exerce un contrôle subtil sur le groupe, encourage les diverses opinions, encourage les répondants timides, dissuade les répondants dominants tout en restant neutre tout au long de la discussion. Le modérateur n'est pas un professeur, il ou elle n'a pas le rôle éducatif. Le modérateur n'est pas non plus un juge. Il ou elle ne doit pas regarder les participants de haut. Exprimer son accord ou son désaccord avec leurs idées, ni mettre des mots dans leur bouche. Il ou elle doit rester neutre. Tout au long de la discussion, le modérateur écoute attentivement ce qui signifie qu'il ou elle montre de l'intérêt pour ce que dit chacun des participants et assure d'avoir bien compris ce qu'ils veulent dire.

Un bon modérateur est capable de poser des questions, de solliciter des informations complémentaires et de demander des clarifications. Lorsqu'une réponse n'est pas bien comprise, il ou elle est également chargé de créer le contact entre les membres du groupe, ce qui nécessite parfois d'organiser une activité pour briser la glace au début de la discussion de groupe. Un bon modérateur est capable de gérer les influences de groupes, d'écouter activement, de contrôler la dynamique du groupe et de décoder le langage corporel pour savoir si un participant s'ennuie ou se sent gêné. Lorsqu'on pose des questions dans une discussion de groupe, il est important d'utiliser les questions ouvertes. Il faut éviter les questions auxquelles on peut répondre par oui ou non. Il est parfois utile de commencer avec des questions qui portent sur le quoi et le comment plutôt que le pourquoi. Il est important de rester concentré pendant la discussion et de tester notre guide qui contient une série de questions que vous pouvez utiliser pour orienter la conversation.

Votre guide de discussion de groupe est créé sur la base de choses que vous voulez apprendre au cours de la discussion. Il est donc important de réfléchir aux 6 à 8 thèmes principaux que vous souhaitez aborder. Certains chercheurs suggèrent même de ne pas avoir plus de dix questions principales au cours d'une discussion de groupe. Vous favoriserez des questions ouvertes axées autour de chacun des thèmes que vous jugez important. Vous devez vous assurer que les questions s'enchaînent de manière logique et que vous passez des sujets généraux aux sujets plus spécifiques. Il est également utile de lister les points d'investigation possibles sous chaque question de discussion pour vous aider à clarifier ou à apprendre les réponses, notamment si vous débutez dans l'animation de groupe de discussion.

Lorsqu'on modère un groupe de discussion, il est important de ne pas s'écarter des questions de la discussion. Écoutez attentivement ce que les participants ont à dire et répondez aux informations inattendues mais intéressantes par d'autres questions exploratoires pour vous aider à trouver le bon moment pour poser les questions plus ciblées. Gardez toujours à l'esprit ce que vous cherchez à savoir. Méfiez vous de ne pas poser trop rapidement ces questions exploratoires pour éviter que vos participants n'aient l'impression de passer un interrogatoire. Attendez également de voir si les participants introduisent un concept d'eux mêmes avant de l'introduire en tant que modérateur. Un bon modérateur permet aux participants de finir leurs phrases ou leurs idées sans les interrompre. Les silences sont parfois importants pour laisser aux participants le temps de réfléchir avant de poursuivre leurs idées. Vous veillerez également à ne pas être trop agressif ou trop long lorsque vous interrogez une personne et à vous adresser

à l'ensemble du groupe lorsque vous posez des questions exploratoires. En regardant à tour de rôle chacun des participants, il est possible de changer l'ordre prévu des questions pour s'adapter au fil de la conversation de groupe. En d'autres termes, laissez le groupe orienter la discussion. Il est également très important de réserver un peu de temps à la fin de la discussion pour demander s'il y a d'autres choses que le groupe pense que vous devriez savoir ou aimerais ajouter à ce qu'il a été dit.

Maintenant que nous avons parlé de l'utilisation du guide des groupes de discussion et des qualités d'un bon animateur de groupes de discussion, examinons les différentes étapes de la discussion de groupe.

1. La première étape est l'introduction. C'est là que le modérateur explique ce qui va se passer pendant la discussion de groupe et que les participants et le modérateur se présentent.
2. L'étape suivante sert à préparer le terrain pour la discussion de groupe. Il est important d'utiliser un ton à la fois engageant et sérieux pour expliquer l'objectif général de l'étude et votre rôle dans cette étude. Vous devrez expliquer les raisons de l'enregistrement audio ou vidéo le cas échéant, ou de la présence d'un observateur ou d'un preneur de notes dans la pièce. Vous expliquerez également le rôle. Il est important d'établir les règles de base, comme l'importance de parler chacun son tour et de faire part de votre volonté d'écouter les différents points de vue. Expliquez aux participants qu'il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse.
3. La troisième étape vise à établir le contact avec les participants. Elle aide les participants à se détendre et à engager la conversation. Vous pouvez utiliser une activité brise glace à ce stade si vous le souhaitez, ou simplement utiliser une ou plusieurs questions ouvertes auxquelles tout le monde pourra répondre facilement, mais qui va déclencher la participation. Encourager chacun à participer à la discussion en attendant que quelqu'un s'exprime. Encourager chacun à participer à la discussion en attendant que quelqu'un s'exprime. Vous pouvez regarder les participants en particulier, mais il est important de poser des questions générales du type Est ce que quelqu'un utilise une moustiquaire toutes les nuits pour dormir?
4. L'étape suivante du groupe de discussion est la discussion approfondie en elle même. C'est à cette étape que les participants partagent leurs opinions sur les sujets de discussion. Vous devrez suivre votre guide de discussion de groupe et ne pas oublier d'utiliser des questions ouvertes, de rebondir pour clarifier ou approfondir une réponse, d'éviter les questions fermées et les questions suggestives ou de poser deux questions en même temps. Veillez à ce que les questions s'enchaînent de manière logique en allant des plus générales aux plus spécifiques. Il est tout à fait possible de laisser le groupe orienter la discussion.
5. La dernière étape est la conclusion. Le modérateur résume la discussion prévoyait également une ou deux questions pour obtenir toute information supplémentaire en demandant par exemple Y a t il quelque chose dont nous n'avons pas parlé qui vous semble pertinent ou qu'il vous semble important de savoir sur ce sujet? Et si les

participants ont essayé de vous poser des questions au cours de la conversation, c'est le moment d'y répondre dans cette partie du cours. Nous avons donc expliqué l'importance du rôle du modérateur dans un groupe de discussion et comment réussir une discussion. Après une courte pause, nous verrons comment concevoir des questionnaires d'enquête.

Parte 5 : Concevoir des questionnaires d'enquête pour la recherche formative

La recherche formative nécessite parfois d'examiner les chiffres pour déterminer quel est le niveau de référence en termes de connaissances, d'attitudes et de comportements. Dans cette section, nous allons expliquer comment élaborer les questionnaires d'enquête pour s'adresser à ces niveaux de référence. Une fois que vous savez où se situe votre public cible concernant ces variables, vous pourrez concevoir une intervention pour les rencontrer là où ils sont. De cette manière, vous vous assurez que cette intervention n'est ni trop basique ni trop compliquée.

Les questionnaires, lorsqu'ils sont mal conçus, peuvent générer des données souvent trompeuses ou difficiles à interpréter avec les questions d'enquête. C'est aux répondants que revient la charge d'interpréter la question, de générer une opinion ou la représentation de son comportement, de formater sa réponse pour correspondre aux choix proposés et parfois de modifier leur réponse pour se montrer sous un angle positif. En tant que chercheur, vous avez la responsabilité de réduire cette charge au maximum, ce qui aboutira à de meilleurs résultats.

Il y a deux types de questions d'enquête les questions ouvertes et les questions fermées. Les questions ouvertes peuvent être utilisées dans les questionnaires d'enquête. Par exemple, Qu'avez vous pensé du service dont vous avez bénéficié aujourd'hui? Le plus difficile, c'est de savoir comment vous allez traiter et codifier les données. Lorsque vous posez des questions ouvertes, elles laissent place à une plus grande subjectivité, mais vous sacrifiez la fiabilité des données. Les questions fermées, d'un autre côté, appellent une réponse de type oui ou non. On peut proposer des choix de réponses de type catégories fréquence ou échelle de likert que je présenterai dans un instant.

Voici quelques exemples de questions ouvertes. Avez vous des commentaires à formuler sur les services dont vous avez bénéficié aujourd'hui? Quel était le point le plus positif de ce service? Avez vous d'autres commentaires? Il est souvent important de décider comment vous allez coder les réponses des questions ouvertes à l'avance. Vous devrez également laisser suffisamment de place pour les réponses, car l'espace de réponse peut orienter sur le type de réponse attendue.

Souvent, une question peut être posée de manière ouverte ou fermée. Vous voyez une question fermée sur la gauche de la diapositive combien de nuits par mois dormez vous généralement sous une moustiquaire? Et le répondant doit choisir parmi les réponses proposées. Alors que sur la droite de la diapositive, la même question est posée de manière ouverte. Combien de nuits par mois dormez vous généralement sous une moustiquaire? Le

participant inscrit simplement sa réponse. Il est important de penser à la manière dont les gens réagissent à chacun des formats et à ce qui paraît le plus approprié. On obtient plus d'informations avec la seconde option, mais la première option évite des données de mauvaise qualité.

Les échelles de Likert sont des choix de réponse constitué de points numérotés avec une ancre sémantique de chaque côté. Cette diapositive présente la question d'une enquête Dans quelle mesure êtes vous sûr de pouvoir dormir sous une moustiquaire toutes les nuits? Un choix de réponses est proposé sous la forme d'une échelle de Likert avec les ancrs sémantiques suivantes. Pas du tout sûr et tout à fait sûr. Il y a sept points numérotés entre ces deux ancrs et le répondant doit choisir le numéro qui représente le mieux sa réponse.

Lors de la conception des questions d'une enquête, il est important de garder une certaine cohérence dans le format des réponses. Sur cette diapositive, par exemple, la première question est comment est le service que vous avez reçu au centre médical? Le répondant choisit un nombre entre un et cinq allant de médiocre à bon. Mais à la question suivante comment avez vous été traité par le médecin? Il doit répondre sur une échelle de sept points. Il est important de faire correspondre les différents choix de réponse autant que possible.

Pour finir, la chose la plus importante quand on utilise une enquête quantitative est de réaliser un essai pour s'assurer que les participants comprendront les questions et le format des réponses et modifier le questionnaire si nécessaire. Le pré test sera examiné plus en détail dans le prochain module de formation. Nous avons abordé de nombreux aspects des processus de recherche formative aujourd'hui.

Comme nous l'avons évoqué, il existe de nombreuses méthodes pour mener une recherche formative qui peuvent être associées en fonction des objectifs de recherche. Mais en résumé, il est important de se souvenir qu'une bonne recherche formative permettra d'orienter une intervention et d'augmenter ses chances d'avoir un impact sur le changement de comportement. De plus, les équipes de recherche et les équipes du programme, en collaboration avec les parties prenantes, pourront s'appuyer sur cette recherche pour prendre des décisions concernant l'attrait des messages, ce que le message véhicule réellement. Les canaux de diffusion à privilégier et les publics cibles.

La conception de supports de CCSC efficaces ne se fait pas à la va vite ou sans effort. La réussite nécessite une recherche formative solide et une stratégie participative. Pour terminer, voici quelques ressources qui pourront vous aider dans votre recherche formative.

Merci d'avoir pris le temps de suivre ce cours. Je vous souhaite bonne chance dans vos activités de recherche formative.