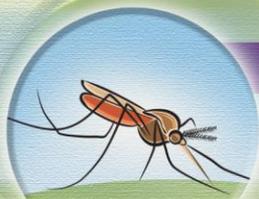




Partie 5 :

CONCEVOIR DES QUESTIONNAIRES D'ENQUÊTE POUR LA RECHERCHE FORMATIVE



Avec les questions d'enquêtes, c'est au répondant que revient la charge de :

- Interpréter la question (interpréter la signification de la question en fonction de son contexte)
- Générer une opinion ou la représentation du comportement concerné
- Formuler ses réponses (pour s'adapter aux choix de réponses)
- Modifier ses réponses (pour se montrer sous un angle positif)



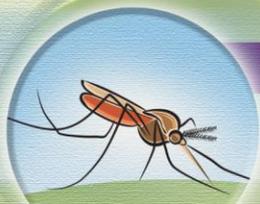
Types de questions d'enquête

- **Questions ouvertes**
 - Comment allez-vous traiter les données ?
 - Subjectivité vs fiabilité - pas le même enjeu
- **Questions fermées**
 - Oui/non
 - Catégories/fréquences
 - Échelles de Likert



Questions ouvertes

- « Avez-vous des commentaires à formuler sur le service dont vous avez bénéficié ? »
- « Quel était le point le plus positif de ce service ? »
- « Avez-vous d'autres commentaires ? »



Ouvertes vs fermées

Une question peut souvent être posée des deux façons...

Combien de nuits par mois dormez-vous généralement sous une moustiquaire ?
(cochez une réponse)

Toutes les nuits



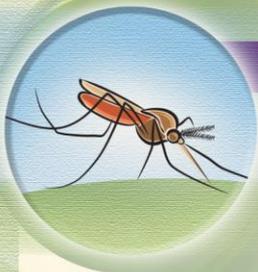
La plupart des nuits

La moitié du temps

Quelques nuits

Jamais

Combien de nuits par mois dormez-vous généralement sous une moustiquaire ?
(inscrivez votre réponse ci-dessous) **26**



Échelles de Likert

Dans quelle mesure êtes-vous sûr(e) de pouvoir dormir sous une moustiquaire toutes les nuits ?

Pas du tout sûr	1	2	3	4	5	6	7	Tout à fait sûr
-----------------	---	---	---	---	---	---	---	-----------------

Points numérotés

Ancres sémantiques



Cohérence

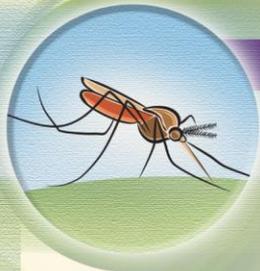
Choisissez un format et respectez-le

Comment est le service que vous avez reçu au centre médical ?

Mauvais	1	2	3	4	5	Bon
---------	---	---	---	---	---	-----

Comment avez-vous été traité(e) par le médecin ?

Mal	1	2	3	4	5	6	7	Bien
-----	---	---	---	---	---	---	---	------



Pré-test

PRÉ-TESTEZ,

PRÉ-TESTEZ,

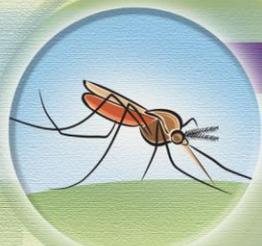
PRÉ-TESTEZ !

...voir Module 3



En résumé...

- **Une bonne recherche formative permettra d'orienter une intervention et d'augmenter ses chances d'avoir un impact sur le changement de comportement.**
- **Les équipes de recherche, les équipes du programme et les parties prenantes pourront s'appuyer sur cette recherche pour prendre des décisions concernant l'attrait, le contenu, les canaux de diffusion et les publics des messages.**
- **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.**



Ressources complémentaires

- Hesse-Biber, S.N., & Leavy, P. (2004). *Approaches to Qualitative Research: A Reader on Theory and Practice*. New York: Oxford University Press.
- Warren, C. A. B., & Karner, T. X. (2010). *Discovering Qualitative Methods: Field Research, Interviews, and Analysis* (2nd Ed.). New York: Oxford University Press.
- Logiciel d'analyse qualitative Atlas.ti :
<http://www.atlasti.com/index.html>
- Myers, J. L., & Well, A. D. (2003). *Research Design and Statistical Analysis* (2nd Ed.). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.