

ANNEXE 4 – DESCRIPTION, AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS DES TECHNIQUES DE MESURE (inspiré de : Pasquier, 2011, p. 202-206; Frenette, 2010, p. 78-86)

TYPES DE TECHNIQUE	TECHNIQUES DE MESURE	DESCRIPTION	AVANTAGES	INCONVÉNIENTS
Quantitative ou qualitative (selon les questions posées)	Sondage en personne	Consiste à soumettre un questionnaire en personne à un échantillon de la population.	<ul style="list-style-type: none"> - Flexibilité dans la façon de poser les questions en fonction des réponses préalables. - Permet de contrôler la structure de l'échantillonnage. 	<ul style="list-style-type: none"> - Biais possible à cause de la présence de l'interviewer. - Est coûteux.
	Sondage par téléphone	Consiste à poser des questions issues d'un questionnaire à un échantillon de la population par téléphone.	<ul style="list-style-type: none"> - Rapidité d'exécution. - Flexibilité dans la façon de poser les questions en fonction des réponses préalables. - Permet de contrôler la structure de l'échantillonnage. - Évite les biais causés par la présence de l'interviewer. - Permet l'anonymat. 	<ul style="list-style-type: none"> - Durée maximale du sondage : 10-15 minutes, sauf s'il y a eu un accord au préalable. Les questions doivent donc être simples (sujet d'étude simple) et en nombre limitées. - Est coûteux.
	Sondage par voie postale	Consiste à envoyer par la poste un questionnaire à un échantillon de la population.	<ul style="list-style-type: none"> - Répondants peuvent répondre quand ils le désirent et prendre le temps qu'ils veulent. Les réponses peuvent alors être plus réfléchies. - Méthode économique si les adresses des personnes de référence sont disponibles. - Permet l'anonymat. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nécessaire de connaître la langue et d'être assez autonomes pour répondre aux questions seules. - Faible taux de réponse. - Impossible de savoir qui a réellement répondu aux questions.

ANNEXE 4 – DESCRIPTION, AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS DES TECHNIQUES DE MESURE (inspiré de : Pasquier, 2011, p. 202-206; Frenette, 2010, p. 78-86) (suite)

TYPES DE TECHNIQUE	TECHNIQUES DE MESURE	DESCRIPTION	AVANTAGES	INCONVÉNIENTS
Quantitative ou qualitative (selon les questions posées)	Sondage par Internet	Consiste à soumettre par Internet un questionnaire à un échantillon de la population.	<ul style="list-style-type: none"> – Rapidité d’exécution et de traitement des résultats. – Saisie instantanée des réponses. – Méthode peu coûteuse. – Questionnaire facile à concevoir. – Questionnaire facile à répondre. – Permet l’anonymat. 	<ul style="list-style-type: none"> – Facile d’arrêter de répondre aux questions sans avoir terminé. – Complexe à réaliser de manière professionnelle. – Difficile d’avoir un échantillon représentatif. – Exclu les gens sans Internet.
Qualitatif	Discussions de groupe	Technique d’entrevue qui regroupe de six à douze participants à la fois. La discussion est animée par un animateur qui doit s’assurer que la discussion est structurée et porte sur un sujet précis.	<ul style="list-style-type: none"> – Permet des résultats d’évaluation supérieurs à la somme des informations qui seraient collectées individuellement. – Permet d’analyser des sujets en profondeur. – Utile pour chercher des idées ou trouver des axes de communication d’une campagne de communication. – Utile pour comprendre les liens entre la communication et les comportements des gens. – Flexibilité dans la façon de poser les questions en fonction des réponses préalables. – Meilleure compréhension des attitudes et comportements des participants, grâce à la flexibilité de l’animateur. 	<ul style="list-style-type: none"> – Influence possible par l’animateur en orientant la discussion de manière involontaire par exemple. – Influence possible entre les participants. Par exemple, certaines personnes peuvent être influencées négativement par la dynamique de groupe. – Résultats obtenus ne peuvent pas nécessairement être généralisés étant donné la petitesse de l’échantillon. – Les habiletés de l’animateur ont une grande influence sur le succès des discussions.

ANNEXE 4 – DESCRIPTION, AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS DES TECHNIQUES DE MESURE (inspiré de : Pasquier, 2011, p. 202-206; Frenette, 2010, p. 78-86) (suite)

TYPES DE TECHNIQUE	TECHNIQUES DE MESURE	DESCRIPTION	AVANTAGES	INCONVÉNIENTS
Qualitatif	Entrevue	Mesure de collecte d'information lors d'un entretien en face à face entre un interviewé et un intervieweur. L'information est recueillie lors d'une communication verbale. La collecte d'information peut se faire par des questions préalablement déterminées ou non.	<ul style="list-style-type: none"> – Permet l'obtention de données descriptives riches. – Flexibilité dans la façon de poser les questions en fonction des réponses préalables. – Gratifiante pour les participants. 	<ul style="list-style-type: none"> – Exige beaucoup de temps pour la conduite et l'analyse. – Biais possible à cause de la présence de l'interviewer. – Généralisation auprès de la population limitée.
	Analyses de contenu	Consiste à analyser systématiquement et méthodiquement des documents écrits qui peuvent être de tout type : dépliants, transcriptions d'entrevues, articles de journaux ou scientifiques, etc.	<ul style="list-style-type: none"> – Permet l'intégration d'un grand nombre de données. – Est très versatile. – Fournit une base empirique pour la prise de décisions. – Utile pour comprendre comment un sujet est traité (ex. : recension de tous les articles de journaux portant sur un sujet précis, analyse de plusieurs discours, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> – Technique laborieuse due à l'utilisation de programmes informatiques pour simplifier le codage et l'analyse. – Analyse longue et nécessite de nombreuses ressources. – Une grande quantité de documents et textes doit être disponible.

ANNEXE 4 – DESCRIPTION, AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS DES TECHNIQUES DE MESURE (inspiré de : Pasquier, 2011, p. 202-206; Frenette, 2010, p. 78-86) (suite)

TYPES DE TECHNIQUE	TECHNIQUES DE MESURE	DESCRIPTION	AVANTAGES	INCONVÉNIENTS
Quantitative	Observations	Recueillir une information complète sur une situation sociale donnée. Les données sont recueillies en examinant, durant une durée déterminée, les comportements des participants et les situations qui ont lieu dans leur milieu de vie et en les notant.	<ul style="list-style-type: none"> - Permet d'obtenir de l'information contextuelle difficile à obtenir autrement. - Permet d'étudier les participants dans leur environnement naturel. - Méthode la plus fiable pour étudier les comportements. 	<ul style="list-style-type: none"> - Méthode ne permet pas de recueillir des opinions. - Exige un grand investissement en temps. - Risque de biais de la part des observateurs.

ANNEXE 5 – DESCRIPTION DES TECHNIQUES D'ÉCHANTILLONNAGE (inspiré de : Frenette, 2010, p. 75-78)

CATÉGORIES	MÉTHODES	DESCRIPTION
Probabiliste	Aléatoire simple	<p>Cette méthode consiste à organiser le choix des participants de telle sorte que toutes les personnes de la cible ont des chances égales d'être sélectionnées. Par exemple, afin de connaître l'opinion des étudiants de l'Université de Sherbrooke, une liste de l'ensemble des étudiants pourrait être utilisée afin de choisir au hasard les participants.</p>
	Aléatoire systématique	<p>Cette méthode consiste à inclure les participants tirés à intervalle fixe en fonction d'une première personne tirée au hasard. Par exemple, pour connaître l'opinion des personnes fréquentant une bibliothèque, un nom au hasard de la liste de tous les membres de la bibliothèque pourrait être prélevé et il s'agirait de retenir par la suite chaque dixième nom suivant dans la liste. Donc une première personne est sélectionnée, la 10^e personne après cette personne aussi, la 20^e personne aussi, etc. L'intervalle (10 dans ce cas-ci) est déterminé par les chercheurs à leur guise.</p>
	Stratifié	<p>Cette méthode consiste à diviser le public cible en sous-groupe, appelé strates, puis à choisir au hasard des gens dans chacune des strates. La stratification est utilisée lorsqu'il est important pour l'étude d'assurer une représentation de certains sous-groupes du public cible.</p>
Non-probabiliste	Par grappes	<p>Cette méthode consiste à tirer au hasard des groupes de personnes qui représentent le public cible. Cette méthode est utilisée particulièrement pour l'étude de grande population ou de population dispersée.</p>
	Par quotas	<p>Cette méthode consiste à former différents sous-groupes selon des caractéristiques du public cible. Ces sous-groupes sont formés par convenance, c'est-à-dire par les gens disponibles. Un exemple pour l'évaluation d'une campagne sur la sécurité routière est de choisir des hommes et des femmes de diverses catégories d'âge selon la proportion homme/femme et catégorie d'âge du public cible.</p>

ANNEXE 5 – DESCRIPTION DES TECHNIQUES D'ÉCHANTILLONNAGE (inspiré de : Frenette, 2010, p. 75-78) (suite)

CATÉGORIES	MÉTHODES	DESCRIPTION
Non-probabiliste	Choix raisonné	<p>Cette méthode consiste à la sélection, par le chercheur, de personnes ayant des caractéristiques typiques du public cible. Par exemple, pour une campagne sur les moyens de contraception chez les jeunes filles de 15 à 17 ans, le chercheur pourrait se rendre dans une école secondaire et sélectionner des filles dans cette catégorie d'âge qui acceptent de participer à l'étude.</p>
	Par réseau	<p>Cette méthode, aussi appelée « boule de neige », consiste à recruter des personnes pour l'étude par l'entremise d'autres participants. Pour une campagne sur l'abus d'alcool, il pourrait être possible de sélectionner des membres d'un groupe de soutien comme Alcoolistes Anonymes et leur demander de recruter des gens pour l'étude.</p>
	Accidentel	<p>Cette méthode consiste à interroger les personnes qui se présentent au hasard dans un lieu préalablement sélectionné. Bien qu'elle soit peu précise, cette méthode peut toutefois s'avérer commode, surtout dans les étapes exploratoires d'une campagne. À titre d'exemple, les gens qui se présentent à un kiosque de Loto-Québec spécifique durant une certaine période de la journée pourraient être interrogés pour une campagne sur le jeu compulsif.</p>