Cours Méthodes de sondage

La gestion des opérations de collecte des données - par entrevue

© Claire Durand, 2024
Département de sociologie, Université de Montréal

Première étape: Le certificat éthique!

- Il doit automatiquement être demandé pour toute enquête ou entrevue avec des êtres humains.
- La plate-forme Nagano!
- https://crr.umontreal.ca/plateforme-nagano/plateforme-nagano/

La gestion des opérations, pourquoi?

- La gestion des opérations est souvent le seul élément sur lequel le chercheur peut avoir un contrôle.
- Elle vise à s'assurer de la qualité des données, entre autres, en s'assurant que tous les membres de l'échantillon
  - Soient rejoints et invités à collaborer à l'enquête
  - Acceptent de collaborer à l'enquête.
- Et comme les gens ont de multiples activités, il faut s'assurer que la collaboration à notre enquête... se retrouve "sur le dessus de la pile".

La gestion des opérations

Sondage par entrevue

- Dans un sondage par entrevue, deux aspects apparaissent essentiels:
  - A) prendre tous les moyens pour **tenter de rejoindre** les personnes sélectionnées
  - B) **amener ces personnes à coopérer** à l'enquête
- Dans la conduite de ces opérations, deux aspects sont essentiels.
  - Il faut **gérer la "circulation" des numéros** de téléphone/des adresses à contacter
  - Il faut **gérer les personnes** qui font les contacts, soit les interviewers.

Rejoindre les ménages

Que ce soit par téléphone ou en face à face

- L'idée est d'appeler les répondants potentiels (ou de se présenter à leur domicile) à divers moments de la journée sur semaine et durant le week-end.
  - Les appels/visites durant la journée permettent
    - De rejoindre entre autres les personnes qui ne travaillent pas, les personnes âgées, etc., les personnes qui ont des horaires atypiques.
    - D'identifier les numéros/adresses qui correspondent à des commerces (quoique ce repérage est automatisé de plus en plus).
  - Les appels/visites le soir et le week-end permettent de rejoindre la population active en général.
- On fait habituellement un minimum de 5 tentatives (2 le soir, 2 le week-end, 1 de jour) mais les firmes peuvent aller jusqu'à 20 tentatives et plus pour les sondages scientifiques.

Sélectionner les répondants

- A chaque numéro de téléphone **fixe**/ adresse correspond un ménage qui peut comprendre une ou plusieurs personnes.
- On a donc, du moins **dans les sondages auprès de l'ensemble de la population**, un échantillon à deux degrés:
  - 1er degré: le ménage auquel le numéro de téléphone ou l'adresse correspond.
  - 2ème degré: une personne choisie au hasard dans le ménage.
  - D'où les questions: pourquoi et comment choisir quelqu'un au hasard dans un ménage?

Pourquoi faire une sélection au hasard dans le ménage?

- 1) parce que notre échantillon doit être aléatoire du début à la fin, à toutes les étapes.
- 2) parce que l'on veut représenter l'ensemble de la population et non pas seulement les personnes qui ont l'habitude de répondre au téléphone ou à la porte chez elles.
  - Si ces personnes ont des caractéristiques particulières (plus souvent des femmes ou des jeunes, opinions politiques différentes), la distribution des caractéristiques de l'échantillon peut-être biaisée.

Comment faire la sélection au hasard dans les ménages

- Grille de Kish :
  - Très utilisée au début des sondages jusqu'aux années 90.
  - Consiste à choisir le répondant en fonction de l'âge des personnes dans le ménage.
  - Concrètement, on demande l'âge de toutes les personnes et on a une grille qui permet par exemple, lorsqu'il y a deux personnes dans un ménage, de choisir la plus âgée une fois sur 2 et la plus jeune, une fois sur 2.
  - Dans la pratique, cette grille a été plus ou moins abandonnée parce qu'elle était considérée comme trop intrusive (et donc provoquant des refus).

Comment faire la sélection au hasard dans le ménage

- Grille de Trodahl-Carter.
  - Elle ajoute la notion de sexe à celle de l'âge.
  - On demande combien il y a de personnes et combien sont des hommes.
  - La grille permet de sélectionner soit l'homme ou la femme la plus âgée ou la plus jeune.
- Une autre grille (Hagan-Collier) similaire, consiste à demander une fois sur deux à parler à la femme la plus âgée ou à l'homme le plus jeune.
- Ces grilles permettent d'obtenir une meilleure distribution de l'échantillon en fonction de l'âge et du sexe mais elles ne sont pas strictement probabilistes: certaines personnes ont une probabilité nulle d'être choisies (la femme du milieu dans un ménage de 3 femmes par exemple).

Comment faire la sélection au hasard dans le ménage

- Grille basée sur la date de naissance:
  - Il s'agit de demander à parler à la personne dont la date de naissance est soit la plus rapprochée ou, plus fréquemment, la prochaine à survenir ("Quelle est la prochaine personne qui fêtera son anniversaire?")
    - Autre possibilité: personne dont la date dans le mois est le plus petit chiffre (**2** mars préféré au **25** janvier...)
  - Elle est peu intrusive puisqu'elle ne demande pas d'obtenir le nombre de personnes dans le ménage. Probablement la plus utilisée en ce moment.
  - En pratique, selon Fowler, si on vérifie par la suite, on s'aperçoit que près de 25% des répondants n'étaient pas ceux dont l'anniversaire était le prochain à survenir.

Grilles de sélection au hasard dans le ménage

- Gaziano en 2005 a retrouvé 14 grilles de sélection différentes utilisées par les chercheurs. (Voir lien sur le site web).
- Une nouvelle grille a été proposée par Rizzo, Brick et Park en 2004.
- De nouveaux développements sont à prévoir sur cette question.
- Notons que seule la grille de Kish est considérée comme strictement probabiliste.

Ce qui entraîne que...

- Comme on n'interviewe pas nécessairement la personne qui répond au téléphone ou à la porte mais plutôt la personne qui répond à notre critère de sélection,
  - Si cette personne est absente, il faudra prendre un rendez-vous pour compléter l'entrevue lorsqu'elle sera là.
- Il faut donc également gérer les rendez-vous avec les personnes sélectionnées.

Et parfois, les gens refusent

- Les refus se produisent à deux étapes,
  - Soit avant que l'on puisse sélectionner la personne qui devrait répondre au sondage. On parle de refus du ménage ou refus avant sélection.
  - Soit après la sélection. C'est donc la personne sélectionnée elle même qui refuse de collaborer. On parle de refus de l'individu ou de refus de la personne sélectionnée.

Ce qui entraîne que...

- Comme beaucoup de refus, particulièrement les refus du ménage, sont circonstanciels -- on a appelé à un mauvais moment -- ou dû à l'inexpérience de l'interviewer, on tente de recontacter ces ménages. On parle de récupération des refus.
- En pratique, autour de 25% de ces refus sont récupérés sans trop de difficulté en faisant des appels à un moment différent et en les confiant à des interviewers expérimentés.
- Deux avantages à la récupération des refus:
  - Moins de biais possible de l'échantillon;
  - Coût moindre puisque l'on sait déjà que ce sont des personnes qui font partie de l'échantillon et qu'elles risquent d'être présentes à la maison.

Quel est le rôle de l'interviewer?

- L'interviewer a deux rôles clés:
  - A) Faire le contact, sélectionner et CONVAINCRE la personne sélectionnée de collaborer.
  - B) Conduire l'entrevue de façon professionnelle et **neutre** et enregistrer les réponses aux questions sans erreur.
- Le premier rôle est sans doute le plus difficile et le plus ingrat, d'où beaucoup de recherches sur cette question.
- Voir sur le site web du cours le module sur les interviewers et dans "recherche" sur mon site web, les présentations faites sur les interviewers et la recherche sociale.

Retenir...

- L'interviewer est "la prolongation du chercheur". C'est sur lui/elle que repose la qualité de l'enquête. C'est donc un "rouage" très très important.
- L'interviewer n'est pas une machine!
  - De plus en plus, les firmes s'éloignent d'une vision où l'interviewer répète bêtement les questions et où on lui interdit de donner des informations ou d'aider le répondant à comprendre la question.
  - Il est préférable de former l'interviewer pour qu'il comprenne bien le sens de chaque question plutôt que d'exiger une standardisation totale de son comportement, ce qui est impossible dans les relations humaines.