
Document de référence – Bureau qualité recherche PMU DUMSC

Création d'un questionnaire

1 Généralités

Le questionnaire est constitué d'une série de questions servant à la récolte d'informations objectives ou subjectives auprès d'une population cible. La conception d'un questionnaire est brièvement détaillée dans ce document.

Dans le cas de la création de novo d'un questionnaire, il convient de se référer également aux bonnes pratiques méthodologiques en la matière (cf. 9 Références).

2 Définition du contexte de la récolte de données

- Fixer précisément l'objectif de l'opération
- Pour la traduction d'un questionnaire validé se référer au point 7
- Effectuer une recherche de littérature pour identifier d'éventuels questionnaires validés utilisés dans le même champ d'investigation
- Evaluer les autres options pour obtenir la même information
- Définir qui remplit le questionnaire :
 - Si c'est le sujet : être particulièrement attentif au risque de données manquantes en soignant les instructions (y inclure des remerciements), la mise en page et en essayant d'être le plus précis et concis possible
 - Si c'est un collaborateur : revoir avec lui toutes les questions et possibilités de répondre ou d'interpréter les réponses; dans ce cas, le code de saisie peut figurer sur le formulaire pour optimiser le traitement des données
- Définir la voie d'administration (direct sous format papier ou électronique, envoi postal, envoi électronique, etc.)
- Chaque questionnaire doit être identifiable par le code ID du sujet si possible sans mention de son nom ; la date de remplissage doit également y figurer

3 Rédaction des questions

Les points ci-après sont essentiels sans être exhaustifs :

- Choisir le type de questions appropriées : fermée (réponse restreinte, risque qu'aucune réponse ne convienne exactement, analyse plus aisée), ouverte (exploration plus large, dépendance de la capacité d'expression écrite du sujet, analyse complexe et prenant du temps)
- Ne poser qu'une question à la fois
- Eviter les questions répétitives, non nécessaires ou dont on connaît déjà les réponses
- Etre attentif à la formulation :
 - est-ce que/pensez/trouvez/estimez-vous que → ok
 - diriez/croyez-vous que → non
- Varier la forme des questions et des réponses
- Laisser une possibilité pour le "je ne sais pas", "je ne me souviens pas", "je ne souhaite pas répondre à cette question" pour éviter le risque d'avoir des données manquantes non interprétables
- Laisser également une possibilité de choisir la catégorie « autre » et de faire préciser

- Lorsqu'on évalue un avis, choisir une échelle adéquate et se demander a priori comment interpréter des réponses placées entre 2 possibilités (risque important pour une échelle discrète avec un nombre pair de possibilités, mais risque que la possibilité médiane soit favorisée avec un nombre impair)
- Ne pas utiliser de double négation
- Ne pas utiliser de langage subordonnant, dérangent, embarrassant
- Etre attentif à l'ordre des questions
 - tester les compétences avant les intérêts (la réalité avant l'idéal)
 - ne pas sauter du coq à l'âne
 - insérer des questions simples
 - garder les questions sensibles pour la fin
- Globalement, être le plus concis possible en s'assurant que chaque donnée récoltée est pertinente et ne peut être obtenue par une autre façon

4 Rédaction des instructions

Si le questionnaire est rempli directement par les sujets d'étude, il convient que les instructions de remplissage soient les plus précises et explicites possible :

- Expliquer le but et l'objet de l'enquête
- Mentionner le nombre de questions et une estimation du temps
- Assurer de la confidentialité et de l'anonymat dans le traitement des données
- Insérer des phrases explicatives au sein du formulaire à chaque fois que cela est nécessaire
- Choisir un titre qui contient l'objet de l'étude et qui soit clair, ni trompeur ni décourageant
- Si l'administration n'est pas directe, une lettre d'introduction ou une feuille d'information est nécessaire
- Remercier le sujet d'étude dès le début, se montrer disponible en cas de demande d'information (indiquer un n° de téléphone pour joindre l'investigateur principal)
- A la fin du questionnaire, remercier à nouveau clairement le sujet

5 Mise en page

- Choisir une taille de police suffisante, notamment pour les personnes âgées
- Choisir une numérotation claire
- Si des sauts de questions sont souhaités, ceux-ci doivent être très clairement indiqués
- Faire figurer le logo de l'institution et éventuellement de l'étude

6 Validation

La validation du questionnaire est primordiale pour s'assurer de la qualité d'une étude. Elle représente cependant une entreprise en soi qui peut faire l'objet d'un projet de recherche à part entière.

7 Traduction d'un questionnaire validé

La traduction du questionnaire doit être préalablement autorisée par le détenteur des droits de celui-ci. La procédure ci-après a été adaptée de Bullinger *et al.* 1998.

Il faut au minimum deux personnes qui traduisent à partir de la langue originale (bien maîtrisée) en français (langue maternelle). Le texte doit privilégier une traduction conceptuelle à une traduction littéraire. Le choix des mots doit en outre être compatible avec le public visé par le questionnaire. Lorsque la réponse correspond à une échelle d'appréciations, plusieurs versions peuvent être proposées. La version française est discutée et revue par un groupe d'experts du domaine

(éventuellement avec l'aide d'un linguiste) pour arriver à une première version consensuelle en français. Afin de les aider dans cette tâche, il est également possible d'utiliser la méthode de l'échelle de Thurstone pour évaluer la qualité des différentes possibilités de traduction, notamment des échelles d'appréciations [Keller SD *et al.* 1998].

Ce sont des personnes dont la langue maternelle est celle de la version originale du questionnaire, maîtrisant bien le français, qui vont le re-traduire dans la langue originale, le plus souvent en anglais. La re-traduction (back translation) doit s'effectuer sans connaissance préalable du questionnaire initial. Ensuite, le groupe d'experts examine les différences entre la version originale et la version retraduite en anglais, annotée. Un test devrait être effectué auprès de personnes répondant aux critères d'inclusion visés. Leurs impressions et difficultés pour comprendre univoquement chaque question/réponse seront analysées. Cette démarche, appelée « Cognitive debriefing », se fait de préférence via un entretien en face à face où l'investigateur-trice demande à la personne comment elle perçoit le questionnaire après l'avoir rempli (adéquation, acceptabilité, exhaustivité, intelligibilité).

8 Formats

8.1 Formulaires sur papier

Plusieurs logiciels peuvent être utilisés pour concevoir un formulaire papier, comme par ex. :

- Epidata (avec l'avantage de réaliser un masque de saisie simultanément ; les possibilités de mise en page sont cependant limitées)
- Microsoft Word
- Microsoft Excel

8.2 Formulaires électroniques

- Epidata (cf. procédure spécifique)
- [RedCap](#) (transmission électronique du formulaire et des données possible ; possibilité d'imprimer les questionnaires en format pdf.)
- Microsoft Word (cf. Aide et procédures Word 2007 > Création de documents spécifiques > Formulaires ; possibilité de l'envoyer online)
- [Acrobat Pro](#) (transmission électronique du formulaire et des données possible ; relativement cher)
- [Google documents](#) (transmission électronique du formulaire et des données possible ; ! aux règles de confidentialité)
- [SurveyMonkey](#) (transmission électronique du formulaire et des données possible; ! aux règles de confidentialité)
- [Sondageonline](#) (transmission électronique du formulaire et des données possible; ! aux règles de confidentialité)
- [Surveygizmo](#) (transmission électronique du formulaire et des données possible; aux règles de confidentialité)
- [SincForce SurveyWorld](#) (transmission électronique du formulaire et des données possible; ! aux règles de confidentialité ; service payant)
- Le [CTU de Berne](#) offre des services de management des données y c. la création de base de données liées à des formulaires électroniques
- Certaines entreprises privées se sont spécialisées dans la gestion de données cliniques, p. ex. [SGS ASTER](#). Elles mettent souvent à disposition des moyens de diffusion électronique de questionnaires. Il convient de prendre contact au cas par cas pour l'estimation des coûts
- Il est possible d'héberger le lien sur un questionnaire électronique dans les pages recherche du site internet de la PMU. Pour ce faire, il convient de prendre contact avec le service de communication (cf. Liste des personnes de contact pour la recherche).



9 Références

- Robert M. Groves, Floyd J. Fowler, Mick P. Couper, James M. Lepkowski, Eleanor Singer, and Roger Tourangeau. Survey Methodology. Second Edition. 2009. Hoboken, NJ, Wiley. Wiley Series in Survey Methodology.
- Bradburn N, Sudman S, Wansink B. Asking Questions: The Definitive Guide to Questionnaire Design -- For Market Research, Political Polls, and Social and Health Questionnaires. Revised Edition. Jossey-Bass 2004.
- Dillman DA. Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method. Wiley, New York (2000).
- Boynton PM, Greenhalgh T. Selecting, designing, and developing your questionnaire. BMJ. May 29 2004;328(7451):1312-1315.
- Boynton PM. Administering, analysing, and reporting your questionnaire. BMJ. Jun 5 2004;328(7452):1372-1375.
- Bullinger M et al. Translating Health Status Questionnaires and Evaluating Their Quality: The IQOLA Project Approach, J Clin Epidemiol 1998;51:913–923.
- Keller SD et al. Testing the equivalence of translations of widely-used response choice labels: Results from the IQOLA Project. J Clin Epidemiol 1998; 51(11): 933–944.

Exemples de questionnaires

- [Surveys, Department of Health, United Kingdom](#)
- [Consumer Assessment Health Plans \(CAHPS\) surveys and questionnaires](#)
- [Canadian Community Health Survey \(CCHS\)](#)
- [Demographic and Health Surveys \(DHS\)](#)