

Realizarea și testarea unui chestionar

Metode de administrare a chestionarului

Interviu direct

- **Avantaje:**
 - se obține o rată mare de răspuns
 - se obțin informații privind caracteristicile non-respondenților și a motivelor non-răspunsurilor
 - permite flexibilitate în realizarea chestionarului în ce privește amplasarea acestuia, formularea întrebărilor
 - reduce rata non-răspunsurilor la întrebări
- **Dezavantaje:**
 - se pot obține răspunsuri distorsionate datorită influenței operatorului de interviu asupra celui interviuat
 - **recrutarea și pregătirea operatorilor** este costisitoare și ia timp

Interviu prin telefon

- **Avantaje:**
 - rată ridicată a răspunsurilor
 - se obțin informații privind caracteristicile nonrepondenților și a motivelor nonrăspunsurilor
 - reduce rata nonrăspunsurilor la întrebări
 - operatorii sunt ușor de selectat și pregătit
 - este mai ieftin și mai rapid decât interviul direct sau trimiterea chestionarului prin poștă
- **Dezavantaje:**
 - este dificil de confirmat că se discută cu repondentul selectat
 - nu se pot pune întrebări complexe
 - repondentul se poate consulta cu alții

Chestionar prin poștă

- **Avantaje:**
 - dă posibilitatea alegerii unui eșantion mai reprezentativ
 - costurile administrative sunt mici
 - nu apar distorsiuni datorate prezenței operatorului de interviu
- **Dezavantaje:**
 - nu este posibil să se determine caracteristicile nonrepondenților sau motivele nonrăspunsurilor
 - sunt indicate numai chestionare scurte, cu întrebări simple și în general cu răspunsuri preformulate
 - nu se poate controla secvența de răspuns la întrebări
 - repondenții pot omite citirea sau răspunsul la unele întrebări

Etapele realizării unui chestionar

Etapele realizării unui chestionar

1. Se stabilește dacă chestionarul este cea mai bună **metodă de culegere a datelor** pentru studiul în cauză.
2. Se formulează o introducere adresată repondentului în care
 - se prezintă studiul, utilitatea sa,
 - se dau asigurări privind confidențialitatea și informarea repondentului despre rezultatele studiului,
 - se mulțumește și eventual se oferă stimulente
3. Se face o **listă a ariilor majore** care se doresc a fi acoperite.

Tipuri de abordare 1

- *Analiza documentelor preexistente*

- cercetarea foilor de observație

- poate fi calitativă sau cantitativă

- exemplu: **utilizarea serviciilor medicale**

- » **avantaje**: discretă, non-reactivă, retrospectivă

- » **dezavantaje**: **calitatea datelor** (scopul înregistrării datelor e posibil să fi fost diferit), **rezultatele nu se pot generaliza**.

Tipuri de abordare 2

- ***Prin întrebări***

- chestionare, interviuri

- în special cantitative, dar și calitative

- exemplu: cercetarea nevoilor de sănătate ale populației

- » **avantaje**: întrebări directe, se poate cerceta o mare varietate de aspecte, se fac măsurători standardizate

- » **dezavantaje**: calitatea eșantionării, realizarea chestionarului, metoda folosită în anchetă.

Tipuri de abordare 3

- ***Prin observație***

- folosită mai ales pentru studii de caz și studii în teren

- în special calitative, dar și cantitative

- exemplu: observarea sistematică a relației aparținător-pacient

- » **avantaje**: generarea de ipoteze, studii calitative aprofundate a situațiilor existente în viața reală

- » **dezavantaje**: rezultatele nu se pot generaliza, reactivitatea subiecților față de observator, subiectivitate în interpretare

Tipuri de abordare 4

- ***Controlul unor variabile***
 - anchete controlate, cvasi-experimente
 - în special cantitative, dar și calitative
 - exemplu: măsurarea eficacității unui tratament
 - » avantaje: concluzii asupra relației cauză-efect, control asupra variabilei studiate
 - » dezavantaje: pune probleme de etică, rezultatele nu se pot generaliza.

Etapele realizării unui chestionar

4. Se formulează întrebările, analizând conținutul și modul de exprimare al acestora ca de exemplu:

- Este necesară întrebarea?
- Este potrivită pentru populația țintă?
- Sunt necesare mai multe întrebări pentru a obține date despre un anumit subiect?
- Repondenții au toate informațiile necesare pentru a răspunde la întrebări?
- Este un subiect cunoscut de către aceștia?
- S-ar putea să apară erori de interpretare, observare sau memorare?
- Sunt necesare întrebări alternative pentru a putea adapta chestionarul la diverse tipuri de repondenți?
- Este necesară reformularea mai precisă a întrebării?
- Ar putea întrebarea să inducă un anumit răspuns?
- Întrebarea se referă la o problemă privată, jenantă sau va determina rezistență, răspunsuri incorecte, sustrageri? (La problemele în care sinceritatea răspunsurilor trebuie pusă sub semnul întrebării, se recomandă utilizarea unor întrebări de control)
- Este întrebarea clară, inteligibilă, neambiguă?
- Prezintă întrebarea o încărcătură emoțională?
- Este întrebarea prea lungă sau există două întrebări în una singură?

5. Se stabilește secvența întrebărilor (trebuie să fie logică, să motiveze repondentul, răspunsul la o întrebare să nu fie influențat de întrebarea precedentă etc.).

Etapele realizării unui chestionar

6. Se determină forma răspunsurilor:

– *Deschise*

- **Avantaje:**

- stimulează gândirea, memoria
- sunt utile în studiile exploratorii

- **Dezavantaje:**

- pot apare dificultăți de exprimare
- uneori răspunsurile sunt incomplete, incorecte
- sunt nerecomandate pentru chestionarele trimise prin poștă
- scrisul ilizibil poate îngreuna interpretarea

Etapele realizării unui chestionar

6. Se determină forma răspunsurilor:

- ***Închise***
 - cu răspunsuri ordonate
 - **Avantaje:**
 - pot fi ușor prelucrate din punct de vedere statistic
 - sunt utile pentru determinarea intensității sentimentelor, gradului de implicare, frecvenței participării
 - **Dezavantaje:**
 - limitează răspunsul la unul specific, existând pericolul omiterii unor aspecte importante
 - cu răspunsuri neordonate
 - **Avantaje:**
 - se pot lua în considerare mai multe aspecte
 - sunt utile pentru selectarea priorităților
 - **Dezavantaje:**
 - sunt mai dificile decât cele cu răspunsuri ordonate, apar mai multe idei în același timp.

Etapele realizării unui chestionar

6. Se determină forma răspunsurilor:

- ***Parțial închise***

- **Avantaje:**

- se pot obține informații suplimentare
 - se evită o listă foarte lungă de variante de răspuns

- **Dezavantaje:**

- uneori nu se ia în seamă partea deschisă

- ***Dichotomice/cu răspunsuri multiple***

- *Se pot suprapune intervalele și se pot alege un număr insuficient de categorii*

- ***Listă de răspunsuri***

- Poate fi incompletă, cu greșeli de succesiune.

Etapele realizării unui chestionar

7. Se face măsurarea psihometrică, cu evaluarea fiabilității și validității.

- Înainte de aplicarea unui instrument (chestionarul) trebuie să studiem proprietățile acestuia.
 - În primul rând el trebuie să dea aceleași rezultate la măsurători repetate ale aceluiași fenomen sau la aceleași populații, adică să fie *fiabil*.

Tipuri de fiabilitate

- **test-retest** – măsoară stabilitatea în timp; este evaluată prin aplicarea repetată a chestionarului la diferite intervale de timp, ideal 10-14 zile. Intervalul trebuie să fie suficient de mare pentru ca repondenții să nu își amintească răspunsurile de la prima testare, dar nici prea mare ca să nu apară modificări reale. Se măsoară cu ajutorul coeficientului de fiabilitate care poate avea valori între -1 și $+1$, în funcție de corelația scorurilor obținute la cele două administrări.
- **fiabilitatea formelor echivalente/alternante** – este evaluată prin administrarea a două teste echivalente în același timp sau la perioade foarte scurte de timp.
- **consistența internă** estimează omogenitatea testului. Ea reprezintă măsura în care întrebările specifice unei anumite dimensiuni (probleme) se corelează între ele. Se poate realiza prin metoda înjumătățirii. În acest caz testul (dimensiunea) se împarte în două jumătăți (întrebările pare și impare). Scorurile obținute la întrebările cu număr par se corelează cu cele obținute la întrebările cu număr impar. Din aceeași categorie face parte și **coeficientul alfa al lui Cronbach** care arată concordanța diferitelor părți ale testului. Poate avea valori cuprinse între 0 și 1. În general o valoare mai mare de 0,7 se consideră acceptabilă.
- **fiabilitatea între evaluatori** – reprezintă consistența între rezultatele obținute de doi sau mai mulți operatori de interviu la aplicarea aceluiași chestionar, în aceeași populație, în aceleași condiții.

Etapele realizării unui chestionar

7. Se face măsurarea psihometrică, cu evaluarea fiabilității și validității.
- *Validitatea* este o a doua proprietate importantă care constă în capacitatea instrumentului de a măsura exact ceea ce trebuie să măsoare. Avem următoarele tipuri de validitate:
 - *de conținut* – se referă la măsura în care întrebările care compun chestionarul ating toate aspectele relevante ale atributelor pe care acesta trebuie să le măsoare.
 - În acest caz nu există unități de măsură.
 - Aprecierile se fac pe baza literaturii de specialitate sau cu ajutorul unui grup de experți în domeniul studiat.
 - Se aplică în primele faze ale realizării unui chestionar.
 - În literatura de specialitate este întâlnită sub două forme:
 - » *validitate de suprafață* – măsura în care testul pare valid la prima vedere
 - » *validitate logică* – măsura în care attributele măsurate sunt reprezentative pentru dimensiunea studiată.

Etapele realizării unui chestionar

7. Se face măsurarea psihometrică, cu evaluarea fiabilității și validității.

- **Validitatea** este o a doua proprietate importantă care constă în capacitatea instrumentului de a măsura exact ceea ce trebuie să măsoare. Avem următoarele tipuri de validitate:
 - **de criteriu** – arată măsura în care rezultatele obținute corespund unui criteriu de referință, ales în afara testului.
 - **predictivă** – măsoară puterea predictivă a testului, față de un criteriu care se va măsura în viitor, **de ex. predicția unei boli.**
 - **simultană** – se referă la corespondența rezultatelor obținute cu rezultatele date de un test superior aplicat simultan, **de ex. obiceiul fumatului/nicotinemia.**

Etapele realizării unui chestionar

7. Se face măsurarea psihometrică, cu evaluarea fiabilității și validității.
- **Validitatea** este o a doua proprietate importantă care constă în capacitatea instrumentului de a măsura exact ceea ce trebuie să măsoare. Avem următoarele tipuri de validitate:
 - **de construcție** – implică validarea simultană a testului și a ipotezelor generate de cunoștințele teoretice pe care se bazează realizarea testului.
 - **convergentă** – arată corelația dintre rezultatele testului și rezultatele altor teste care sunt folosite pentru măsurarea aceluiași atribut.
 - **discriminatorie** – arată lipsa corelației între rezultatele testului și rezultatele altor teste care măsoară alte atribute.
 - **diferențierea grupurilor** – testul ar trebui să facă diferențierea între grupuri care diferă prin caracteristica studiată (copii/vârstnici)