

La rédaction, instrument de changement

ENTRER



Taper ce titre
sur Google
pour consulter
ce CD en ligne

En entrant
dans le CD,
vous accédez
à ce menu.
Bonne lecture

Les techniques de base de la rédaction

INTRODUCTION

Les principes de la rédaction

LA CONCEPTION D'UN MESSAGE

Définissez votre objectif
Analysez le profil de vos lecteurs
Rédigez une phrase-message
Vérifiez votre message

L'ORGANISATION DES IDÉES

La création d'une structure
Comment réunir des preuves
L'établissement d'un canevas

LA RÉDACTION DU PREMIER JET

La prose et ses fonctions
Le sommaire et l'introduction
Les aides à la navigation
Les ressources
Les illustrations
Les éléments de la mise en page

LES PRINCIPES D'UNE BONNE RÉVISION

Les principes généraux
La construction de paragraphes efficaces
L'amélioration des phrases
Le choix des mots

La rédaction scientifique

INTRODUCTION

La façon de rédiger n'est pas la même

De quoi allons-nous parler?

LA MISE AU POINT DU CONCEPT

Pourquoi publier?
Que publier?
Votre message principal
Vos lecteurs
Où publier?

L'ÉTABLISSEMENT D'UN CANEVAS

Les types d'articles
Le message principal
Les objectifs ou les hypothèses essentiels
Le matériel et les méthodes
Les principales constatations
Les conclusions/conséquences
L'introduction

LA RÉDACTION DU PREMIER JET

Comment approfondir le canevas
L'introduction
Le matériel et les méthodes
Les résultats
L'analyse
Comment rédiger un premier jet
Le style

LA TOUCHE FINALE

Le titre
Les aspects éthiques de la paternité d'une œuvre
Le résumé analytique
Les remerciements

La rédaction pour la défense d'une cause

QU'EST-CE QUE LA DÉFENSE D'UNE CAUSE?

À qui vous adressez-vous?

Quoi écrire et pour qui?

Comment composer un message pour la défense d'une cause

Comment parler au cœur et à la tête

Les attitudes

LES MOYENS DE COMMUNICATION POUR LA DÉFENSE D'UNE CAUSE

Les articles
Les dépliants
Les bulletins
Les brochures
Les communiqués de presse
Les affiches

Centre de ressources

RESSOURCES

Lectures recommandées
Revue et magazines utiles
Sites Web utiles

AIDE

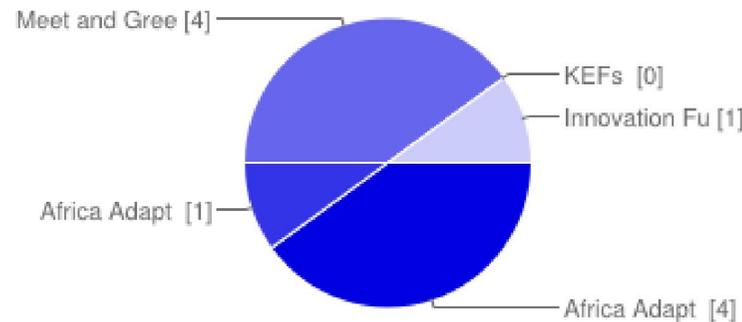
Manuel du formateur
Navigation
Questions et réponses

QUI NOUS SOMMES

Fahamu
Au sujet des auteurs
Remerciements
CRDI

USE OF AFRICA ADAPT RESOURCES

What are the Africa Adapt network resources that you use the most?



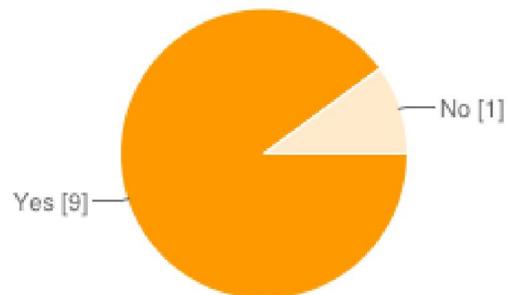
| | | |
|-------------------------|---|-----|
| Africa Adapt Website | 4 | 40% |
| Africa Adapt Newsletter | 1 | 10% |
| Meet and Greet | 4 | 40% |
| KEFs | 0 | 0% |
| Innovation Fund | 1 | 10% |

DES OUTILS
GOOGLE, À
CONNAÎTRE
ABSOLUMENT

DRIVE

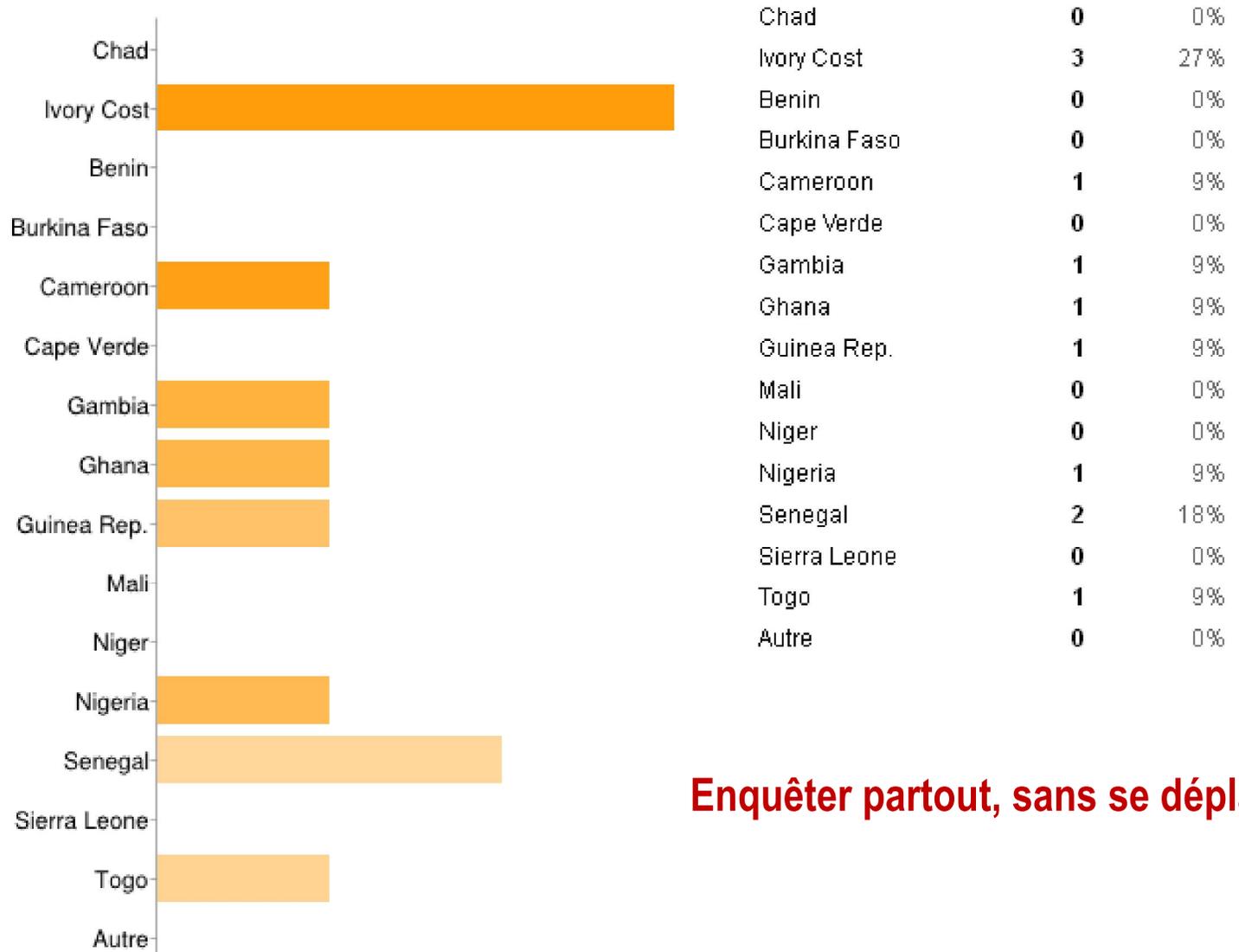
Créer juste un
compte Gmail
pour y accéder

Do you refer to the existing African knowledge on adaptation to climate change whenever you develop research program



| | | |
|-----|---|-----|
| Yes | 9 | 90% |
| No | 1 | 10% |

Country



Enquêter partout, sans se déplacer

112 responses

[View all responses](#)

[Publish analytics](#)

Summary

Sans limitation d'échantillon

IDENTIFICATION

1. Prénoms et Nom

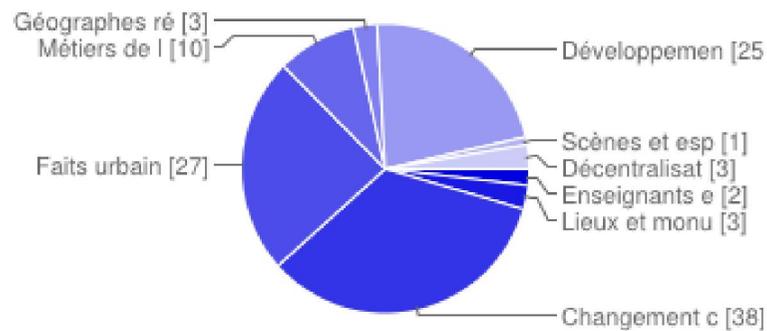
CHOUABI KOITA angele sega senghor Souleye Thomas MANGA AMAR SY Alioune Loum astou sarr Raphael ndong Souleymane symeth sagna amadou sow mane Makhtar TINE abdoulaye keita mamady thiabou bana toly sy VIEUX KEBA NDONG Abdourahma SANE Khoudia ngom abdou aziz war mame ousseynou gueye aminata gueye Sorry Ndiaye GUEDA MBATH Moustapha Mbow M abdoul wone NGOYE NDAO serigne ibra gningue younoussé sanogo thierno souleymane diallo Awa Coumba SIDIBE Modou diossy r Ngouye Ngom gana ngom mamadou cissé ndiaye Oumar SENE Ibrahima LY ibrahima kagny fabien sobol Mendy Elhadji malick kh ISIDORE MENDY laurent thiefassa manga baba sakho Elhadji boydp ka demba sarr ndiaye abdoulaye ndao KHADIM NGOM Salim AMADOU TOP mansour faty MOR NGOM Mamadou Alpha BA Mamadou Abdou GUEYE Moustapha Toure GUEDA MBATH ousse Amadou sall ibrahima sonko badara ndiaye Moussa FAYE Hadji Tabara Ndiaye MARIAMA SEYE Mika WONE Daouda MANE M Arthur lucio Napel Fatimata SY Mohamadou NGOM ousmane ly Serigne Mbacké moussa senghor diadia ndiaye moustapha kane Momath Wade Mamadou NIANE

2. Date de naissance

| | |
|----------|----|
| Aug 1984 | 18 |
| Jan 1989 | 1 |
| Apr 1989 | 5 |
| May 1989 | 25 |
| Jun 1989 | 10 |
| Jul 1989 | 3 |
| Aug 1989 | 20 |

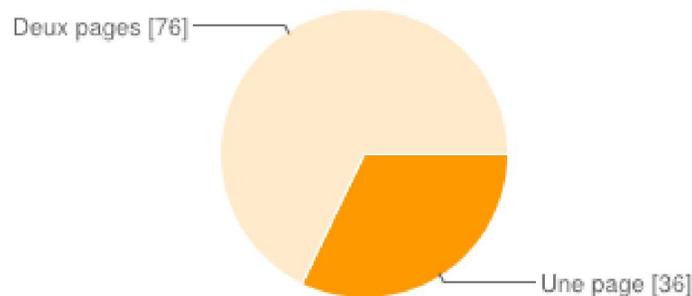
MODALITES DE PRODUCTION DU TEXTE DE GEOSLAM

6. Sur quel thème souhaitez-vous écrire votre géoslam ?



| | | |
|--|----|-----|
| Enseignants et enseignement de la géographie | 2 | 2% |
| Lieux et monuments classés patrimoines de l'humanité | 3 | 3% |
| Changement climatique et conditions de vie | 38 | 34% |
| Faits urbains | 27 | 24% |
| Métiers de la géographie | 10 | 9% |
| Géographes réputés | 3 | 3% |
| Développement rural | 25 | 22% |
| Scènes et espaces de vie | 1 | 1% |
| Décentralisation et gouvernance locale | 3 | 3% |

7. Sur combien de page(s) environ tiendra votre texte ?



| | | |
|------------|----|-----|
| Une page | 36 | 32% |
| Deux pages | 76 | 68% |

Efficace et non payant

8. Avez-vous déjà rédigé un texte de Géoslam de par le passé ?



| | | |
|-----|-----|-----|
| Oui | 1 | 1% |
| Non | 110 | 99% |

Université Cheikh Anta Diop de Dakar
Faculté des Lettres et Sciences Humaines
Département de Géographie

Séminaire Master 2
Juillet - Août 2013



Sphinx Plus²

Formation initiale

Dr. Ibrahima Sylla
Enseignant Chercheur
Titulaire
UCAD, Géographie

Éléments du questionnaire

- Déf. : Série de questions auxquelles on doit répondre.
 - Un bon questionnaire doit contenir tous les éléments nécessaires à un traitement pertinent des données,
 - Il doit viser, pour chaque organisation, à optimiser le recueil de réponses sincères de la part des personnes interrogées.
 - Par conséquent, critères à observer.

Deux grandes catégories de questions

Questions fermées

- La personne interrogée choisit une ou plusieurs réponses entre des réponses formulées à l'avance par le rédacteur du questionnaire.

Questions ouvertes

- La personne interrogée répond comme elle le désire
- Ce qu'elle dit est, en général, intégralement enregistré par l'enquêteur.

Dans Sphinx...

- **Fermée (unique)** : une **seule réponse possible** parmi les modalités proposées (ex : homme, femme)
- **Fermée (multiple)** : **plusieurs réponses possibles** parmi les modalités proposées
- **Fermée (échelle)** : une **seule réponse possible** parmi les modalités proposées, avec des modalités s'étalant sur une échelle de valeurs (ex : Pas du tout ; Plutôt non ; Plutôt oui ; Tout à fait) – un barème pouvant être associé à chaque modalité, pour le calcul d'indicateur par exemple
- **Numérique** : **question ouverte** où la réponse sera une valeur numérique (ex : 1, 2, 3, etc.)
- **Texte** : **question ouverte** où la réponse sera un caractère alphanumérique (ex : a, b, c, etc.)
- **Code** : **question ouverte** où la réponse sera une valeur que l'on pourra associer aux valeurs d'un fichier texte (ex : code postal qui sera retranscrit en région, département, etc.)
- **Date / heure** : **question ouverte** où la réponse correspondra à un format de date et/ou heure déterminé au préalable.

Questions fermées

- La personne interrogée choisit une ou plusieurs réponses entre des réponses formulées à l'avance par le rédacteur du questionnaire.

Avantages

- facilitent la compréhension de la question,
- facilitent l'expression de la réponse,
- fixent le sens de la réponse,
- facilitent la compilation des réponses.

Questions fermées

- La personne interrogée choisit une ou plusieurs réponses entre des réponses formulées à l'avance par le rédacteur du questionnaire.

Inconvénients

- ❑ limitent les possibilités d'expression du répondant,
- ❑ influencent les répondants en les orientant vers une direction

Différents types de questions fermées

- Les **questions fermées dichotomiques**
 - **Avantages** : la simplicité de questionnement et de traitement statistique.
 - **Inconvénients** : la directivité, le choix limité.
 - *Avez-vous une fois bénéficié d'une bourse de l'Etat ? (Oui / Non)*
- Les **questions fermées multiples** : questions qui laissent au répondant la liberté de choisir une ou plusieurs des réponses qui figurent dans une liste préconstituée.

Deux types majeurs :

- Les questions fermées multiples **à réponse unique**
- Les questions fermées multiples **à réponses multiples**

- **Les questions fermées multiples à réponse unique :**

- **Avantages** : la simplicité du questionnement, du dépouillement, du traitement statistique.
- **Inconvénients** : la frustration en cas d'hésitation, la mémorisation difficile pour le répondant.

Ethnie du chef de ménage ? (joola, peul, serer, bambara...)

- **Les questions fermées multiples à réponses multiples :**

- **Avantages** : facilité et richesse de la collecte, possibilité de mesurer la notoriété assistée.
- **Inconvénients** : risque d'induire des réponses inconnues du répondant.

Parmi les marques d'eau minérale ci-dessous, cochez celles que vous connaissez, ne serait-ce que de nom : (Kirene / Evian / Perrier / Badoit / Vittel / Contrex / Vichy / Pierval...)

- **Les questions avec classement hiérarchique :**
 - **Avantages** : ceux d'une échelle ordinale.
 - **Inconvénients** : le questionnement et le traitement sont parfois difficiles, l'absence de mesure de distance.
 - *Parmi les qualités suivantes, quelle est celle qui vous paraît essentielle pour la réussite à l'école ? Classez par ordre d'importance décroissante de 1 à 5 les qualités suivantes : (La constance dans l'effort ; Le courage ; L'assiduité ; La rigueur ; L'honnêteté intellectuelle ; Le respect de l'enseignant)*
- **Les questions avec échelle d'attitude :**
 - Une échelle d'attitudes est un **instrument de mesure de l'intensité d'une attitude à l'égard d'un stimulus** (produit, marque, message publicitaire, etc.).
 - Elle permet de **quantifier des informations d'ordre qualitatif au moyen d'une échelle de nuances chiffrées.**
 - **Trois échelles** sont les plus fréquemment utilisées (notamment en marketing) :

- **L'échelle de Likert** : permet d'exprimer l'intensité de son approbation.
 - *Que pensez-vous de la qualité de nos produits ? (Très satisfait ; Plutôt satisfait ; Plutôt insatisfait ; Très insatisfait)*
- **L'échelle à supports sémantiques de Thurstone** : permet d'adapter les nuances et les positions de l'échelle.
 - Dans quelle mesure êtes-vous satisfait de l'appui apporté par Tdh ?

| | | | | | | | |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Très satisfait | | Plutôt satisfait | | Plutôt insatisfait | | Très insatisfait | |
| 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> | 7 <input type="checkbox"/> | 8 <input type="checkbox"/> |

Questions ouvertes

- Les **questions ouvertes de type texte** : questions complètement ouvertes, **qui proposent au répondant de répondre librement à la question**, par une ou plusieurs phrases.
- Souvent employées **pour prétendre obtenir plus d'éléments** en laissant la liberté complète de réponse aux personnes interrogées.
- Cependant, **son usage doit être modéré comme commentaire libre en fin de questionnaire**.
- Préférer le plus souvent les questions fermes bien posées.

- **Les questions ouvertes de type qualitatif :**
elles sont appelées questions qualitatives
"enrichissables"

en ce sens que la personne interrogée a la possibilité de **choisir sa réponse parmi celles proposées ou donner une autre réponse** : cette nouvelle réponse sera simplement ajoutée à la liste initialement proposée

Utilise « **Autre, à préciser** »

- **Les questions ouvertes de type numérique** : donnent lieu à une réponse chiffrée pouvant s'agir d'une quantité, d'un âge, d'un prix, d'une note, etc.
 - *Quelle note /10 donneriez-vous à l'accueil téléphonique ? ... /10*
 - *Combien d'heures utilisez-vous Internet ? (... Heures Par jour / Par semaine / Par mois.*
- **Avantages** :
 - numérique plus riche et plus précis qu'une échelle,
 - numérique pouvant être classé sur une échelle, pas l'inverse,
- **Inconvénients** :
 - refus de certaines personnes de répondre des questions nécessitant des valeurs (salaire par exemples); d'où l'importance de prévoir des fourchettes de valeurs.

Éléments de structuration du questionnaire

- Formulation des **questions simple et claire**:
 - éviter les formes négatives ou interro-négative, encore plus difficiles à appréhender.
 - éviter toute subjectivité ou imprécision et ne pas utiliser des termes comme "souvent" ; préférer plutôt des notions claires comme "Plus de 2 fois par semaine".

- Veiller à n'aborder dans chaque question **qu'une seule notion** à la fois :
- Même si on veut sonder sur deux éléments : la bonne démarche est de **scinder cette question en deux** pour avoir une appréciation sur chacun des éléments.
- Les **questions** doivent être **concises** et **complètes** :
 - La question doit être exprimée en une phrase courte, qui facilitera sa compréhension
- Les modalités doivent être **exhaustives** :
 - (dans les cas de questions fermées à réponse unique ou multiple), elles devront **proposer toutes les possibilités logiques de réponses**. (Penser à ouvrir la question avec une modalité "Autre".)

- Une **présentation soignée** :
 - La présentation est très importante, qu'il s'agisse de questionnaires auto-administrés ou de questionnaires administrés par des enquêteurs. Celui-ci **doit occuper un espace minimum tout en demeurant agréable à lire**. Le questionnaire ne doit pas dévaloriser l'organisme qui le diuse.
- **Regrouper les différents critères** :
 - Pour une question à échelle, il **est conseillé de regrouper les différents critères à évaluer en tableaux**, ce qui raccourcit le questionnaire et permet à la personne interrogée de "caler« inconsciemment une échelle qui sera utilisée de la même manière pour tous les critères.

- Une **échelle à 4 positions** :
 - Utiliser une échelle à 4 positions, en ayant recours au même adjectif dans les 4 propositions, précédé respectivement par "tout à fait", "plutôt", "plutôt pas" et "pas du tout".
- Quel que soit le type d'échelle pour lequel vous opterez, il **est fortement conseillé de le conserver** tout au long du questionnaire.
- Les modalités doivent être indépendantes :
 - Une **modalité ne doit pas pouvoir englober une autre**. Lorsque c'est une question à choix unique, **il ne doit pas être possible d'hésiter entre deux modalités**.

- Eviter les questions très engageantes personnellement :
 - Religion, argent, santé, sexe, alcool, conflits familiaux. Si de telles questions sont vraiment indispensables, il vaut mieux les aborder le plus tard possible dans le questionnaire.
- Procéder en entonnoir :
 - Pour rassurer la personne interrogée et obtenir des réponses fiables, partir des questions les moins engageantes aux questions les plus personnelles et du général au particulier. Identification

- **Former les enquêteurs.**
 - Le vocabulaire du questionnaire a été choisi judicieusement, de manière à s'adapter à chacun et l'enquêteur **ne doit en aucun cas le modifier ou influencer la réponse par le ton employé.**
- **Expliquer la raison de l'enquête** - Prévoir les conflits possibles

- **Tester le questionnaire**

- Malgré toute l'attention portée à sa conception, le questionnaire **doit être testé en réel**.
- Il faut le faire sur un **petit échantillon**.
- C'est une phase clé car **rien ne peut remplacer la réalité du terrain**.
- La **qualité du traitement des données et des résultats** en dépendent.

- **Effet d'ancrage**

- Veiller à une **rotation aléatoire des modalités**, afin d'éviter les effets d'ancrage.

Questions

- Quels **problèmes rencontrés** au cours de vos enquêtes ?
- Est-il arrivé que **vous regrettiez de n'avoir pas pris en compte des modalités** dans le questionnaire ?
- Le questionnaire a-t-il été **testé au préalable** ?
- Quelles **conclusions tirées du test** (éventuel) ?
- Comment **conclusions traitées** ?

On y va ?

Si **oui**, ouvrez le logiciel
Sphinx dans vos
machines



Sphinx Plus²



Nouvelle enquête

Ouvrir une enquête