

Pourquoi une fiche méthodologique sur les groupes focalisés ?

La méthode de recueil des données par groupe focalisé (focus group) est une démarche qualitative qui a été mise au point par Robert Merton dans les années quarante, dans le but de faire émerger les attitudes et les croyances qui sous-tendent les comportements. Elle a perdu tout intérêt pour le monde académique après la deuxième guerre mondiale en faveur du développement des techniques quantitatives. Dans les années soixante, la technique du groupe focalisé a été mise au service du marketing commercial (étude des comportements des consommateurs) puis, dans les années quatre-vingt, au service du marketing social (notamment dans des programmes d'éducation pour la santé).

Au cours de son évolution, cette méthode a connu plusieurs tentatives de systématisation pour répondre aux critiques dont elle faisait l'objet : manque d'objectivité, données non représentatives et non généralisables, biais induit par l'animateur et les chercheurs. La réalisation de groupes focalisés exige donc le respect de certaines règles méthodologiques afin d'assurer la validité et la scientificité de la démarche.

LE GROUPE FOCALISÉ

Une définition

Le groupe focalisé est une méthode qualitative de recueil d'informations. Concrètement, il s'agit d'un groupe de discussion semi-structuré, modéré par un animateur neutre, qui a pour but de collecter des informations sur un nombre limité de thèmes définis à l'avance. Cette technique d'entretien collectif repose sur la dynamique de groupe, sans rechercher un consensus ou faire valoir un point de vue. Il ne s'agit pas d'imposer un questionnaire précis aux individus réunis. Les groupes focalisés donnent ainsi l'occasion aux individus d'exprimer leur représentation de la réalité sociale, cette perception se construisant au moment du discours, c'est-à-dire en réponse aux interactions propres à chaque discussion.

Utilité du groupe focalisé en promotion de la santé

Le groupe focalisé est une méthode d'analyse *interprétative* : il montre comment les gens perçoivent la réalité sociale, comment et pourquoi ils adoptent certains comportements. Cette méthode permet ainsi de saisir toute la complexité psychosociale des problèmes de santé (représentations, attitudes et comportements).

Le groupe focalisé est aussi une démarche *inductive* : tout en mettant en évidence des représentations sociales, des attitudes et des comportements, elle met en œuvre un concept primordial en santé communautaire : la participation de la population dans la définition de ses besoins et de ses problèmes de santé.

Le groupe focalisé est l'outil adéquat pour...

- Identifier un problème
- Analyser les besoins d'une population
- Relever les solutions émises par les gens concernés
- Tester un support médiatique, un projet

Avantages et inconvénients du groupe focalisé

- Il permet de saisir les représentations de la réalité sociale telles que les individus les énoncent ;
- les données recueillies demandent une analyse rigoureuse, parfois longue à réaliser ;
- l'animation des groupes fait appel à des techniques spécifiques de dynamique des groupes.

Il est donc souvent utile que les acteurs de terrain s'entourent de professionnels extérieurs au projet (psychologues, sociologues...) pour l'élaboration du plan d'analyse et du guide d'entretien, pour l'animation des groupes et pour l'analyse de contenu des données.

LA RÉALISATION DE GROUPES FOCALISÉS

La méthodologie des groupes focalisés est présentée en cinq étapes.

1. Le recrutement des participants et la constitution des groupes

Les participants sont avant tout sélectionnés en fonction des objectifs de l'étude. Toutefois, quelques règles méthodologiques doivent être respectées pour obtenir une réelle dynamique de groupe :

- les participants ne se connaissent pas entre eux, pour éviter la constitution de sous-groupes ;
- ils ne connaissent pas précisément le thème de la discussion, pour éviter qu'ils ne se documentent ;
- ils ne sont pas des experts dans le domaine concerné, pour éviter un effet de "leader" au sein du groupe ;
- ils ont une expérience commune du thème abordé.

Le nombre de participants par groupe doit être compris entre **6** (minimum pour assurer une dynamique de groupe efficace) et **12** (maximum pour éviter la constitution de sous-groupes et le débordement des débats).

Comment constituer les groupes et combien en faut-il ?

- Il faut des groupes **homogènes** pour que les débats soient fructueux et égalitaires. Les participants partagent ainsi certaines caractéristiques : âge, culture, classe socio-économique, statut hiérarchique, etc. Le choix des critères à prendre en compte pour constituer les groupes dépend de la population ciblée. A partir de ces critères, on peut constituer différents *profils* (ou *groupes-cibles*) pertinents pour l'analyse des données, en fonction des objectifs de l'étude, mais aussi des moyens disponibles pour leur réalisation.
- Il faut **3 à 4** groupes focalisés **pour chaque profil** pour répondre au principe de *saturation du contenu* (= on ne constitue plus de nouveau groupe de discussion à partir du moment où il est possible de déterminer à l'avance les propos qui y seront tenus)

La manière de construire son échantillon

Il n'est pas nécessaire d'avoir un grand nombre de participants. L'important est de constituer des groupes-cibles qui fassent **ressortir les divergences** (de représentations, de comportements et d'attitudes) qui existent au sein de la population par rapport au thème proposé.

La manière de contacter les participants

- Il est impératif d'adresser aux participants un courrier reprenant les éléments suivants :
 - les objectifs et les mandataires de l'étude,
 - la méthode d'entretien par groupe,
 - l'assurance de l'anonymat des résultats,
 - la description globale du thème qui sera abordé,

- les modalités pratiques des réunions (lieu, date...).
- Cette lettre peut éventuellement être complétée par un formulaire d'inscription.
- Deux ou trois jours avant les réunions, il est conseillé d'obtenir la confirmation téléphonique des présents.

2. L'élaboration du plan d'analyse et du guide d'entretien

Il est essentiel de ne pas se précipiter dans la rédaction d'un guide d'entretien. Un *plan d'analyse* synthétique, mais précis, est nécessaire pour *délimiter* le type d'informations attendues. Il s'agit de cerner précisément l'objet d'étude en décrivant et en regroupant de manière logique les thèmes qui devront être abordés. Le plan d'analyse permet, en outre, de définir le temps imparti à chaque thème et de dessiner ainsi la trame des débats.

Le plan d'analyse permet *d'articuler* le déroulement des réunions, la grille d'entretien et l'analyse de contenu en fonction des questions posées par l'étude. A partir du plan d'analyse, on élabore ensuite le *guide d'entretien semi-structuré*, suivant quatre étapes.

2.1 Rédiger la consigne de présentation de l'étude

La consigne de présentation de l'étude (objectifs, méthode, thèmes...) sera rigoureusement rédigée à l'avance et elle sera exposée de la même manière dans tous les groupes. Elle permet notamment de souligner l'anonymat des débats et l'importance de la participation de chacun.

2.2 Formuler de manière précise la question initiale

La question initiale est globalisante et accessible à tous afin de stimuler la prise de parole de chacun. Elle fait l'objet d'un tour de table pour permettre à tous les participants de répondre et donc de créer un climat de confiance et d'égalité entre eux.

2.3 Formuler les 4 ou 5 questions centrales

Les questions centrales sont ouvertes, courtes, claires et simples. Elles ne comportent qu'une seule idée et ne sont pas connotées positivement ou négativement afin de ne pas orienter la discussion.

Types de questions

Sur quoi portent les questions d'un groupe focalisé ?

- Les expériences, les activités, les comportements
- Les opinions, les valeurs
- Les objectifs, les intentions
- Les sensations, les émotions
- Les connaissances, les informations de fait
- L'histoire des individus, leur passé, leurs origines

D'après Patton (1980), cité par Bowling (1997)

Le guide d'entretien reprend alors toutes les questions formulées ainsi qu'un ensemble de sous-questions et de relances pour stimuler les échanges. Toutefois, lors de la constitution des groupes, l'animateur peut se baser sur une *check-list* de questions et sous-questions à aborder qu'il formulera au fur et à mesure, lui permettant ainsi d'optimiser l'animation des débats.

Il existe aussi *différentes techniques* pour stimuler les échanges entre les participants : photo-langage, jeu de rôles... L'important est de respecter une progression logique des thèmes à aborder et ce, en fonction du plan d'analyse précédemment élaboré.

2.4 Formuler la question de synthèse du débat

Une fois que tous les thèmes de la grille d'entretien ont été abordés dans un groupe focalisé, l'animateur formule une synthèse des débats qui ont eu lieu dans ce groupe avant de poser une question globale de clôture permettant à chacun des participants de s'exprimer sur le thème central de l'étude.

2.5 Organiser un prétest du guide d'entretien

Il est important de réaliser un premier groupe focalisé avec le guide d'entretien. Ce prétest sert d'essai à l'animateur afin de mieux s'imprégner du guide d'entretien et de mieux gérer les débats ultérieurs.

A partir du prétest, les promoteurs de l'étude et les professionnels auxquels ils ont fait appel se réunissent pour décider des éléments à modifier (les thèmes, les questions, les groupes...) tout en limitant les risques de biais dans la collecte des données. En effet, les données des groupes focalisés réalisés lors du prétest peuvent être utilisées lors de l'analyse de contenu, à condition que les modifications ne soient pas trop importantes.

3. L'organisation des groupes de discussion

Certaines conditions devraient être remplies afin d'assurer des chances de succès à la démarche :

- choisir des endroits accessibles et dispersés géographiquement de manière à toucher toute la population ciblée,
- choisir un local de réunion adapté pour accueillir les participants d'une manière confortable et agréable,
- choisir un local qui soit le plus neutre possible (socialement, politiquement...),
- s'assurer d'une bonne acoustique du local,
- disposer les participants en cercle autour d'une table pour stimuler la discussion car les individus se voient les uns les autres et sont placés sur un pied d'égalité,
- offrir des rafraîchissements rend le climat plus chaleureux et plus confortable,
- fixer les horaires des réunions en tenant compte des

contraintes propres à la population. Les moments les plus propices sont : les soirées en semaine ; le dimanche ou le samedi matin ; ou encore, pendant les heures de travail, si le thème concerne le domaine professionnel,

- la durée d'un groupe focalisé peut varier entre **1 heure** (minimum pour établir une dynamique de groupe et pour aborder deux ou trois thèmes) et **3 heures** (maximum pour garder l'attention des participants).

4. L'animation des groupes

La qualité des données recueillies par groupes focalisés dépend essentiellement des échanges que l'animateur réussira à développer entre les participants.

Comment animer un groupe ?

L'animateur exploite *la dynamique* de chaque groupe en amenant tous les participants à s'exprimer et en dirigeant les débats en fonction du guide d'entretien.

Quelles sont les aptitudes de l'animateur ?

- Il s'est informé sur le thème abordé ;
- il est impartial, il évite tout jugement de valeur ;
- il est tolérant et chaleureux, il adopte une attitude (non-verbale) neutre et naturelle ;
- il donne confiance aux participants en leur montrant l'importance de leurs opinions.

Pour assister l'animateur, un *observateur* participe également aux réunions. Il prend note des comportements non-verbaux, décrit la dynamique de groupe et relève au fur et à mesure les questions qui demandent un approfondissement dans les groupes suivants. Il s'occupe également de l'enregistrement des données.

Après chaque session, un *débriefing* entre l'animateur, l'observateur et les promoteurs doit être organisé en vue d'établir une synthèse des opinions émises et de comparer les impressions de chacun.

Questions centrales du debriefing

- *Caractéristiques du groupe*
 - Le groupe était-il homogène ?
 - Le groupe répondait-il aux objectifs de l'étude ?
- *Dynamique de groupe*
 - L'environnement était-il adéquat ?
 - L'animation a-t-elle été satisfaisante ?
 - Y a-t-il eu beaucoup de relances ?
 - Quelle était la nature des interactions ?
 - Le groupe était-il conflictuel, créatif, détendu ?
 - Y avait-il des sous-groupes, des leaders... ?
 - Un thème a-t-il été privilégié dans la discussion ?

5. L'analyse des données et la synthèse des résultats

L'enregistrement et la retranscription des débats

L'analyse des données repose sur l'enregistrement des discussions (après accord de tous les participants). Les enregistrements sont *retranscrits* soit dans leur intégralité, soit au départ de propos-clefs ou de pratiques, tout en respectant l'expression des sujets. Pour y parvenir, il est nécessaire de procéder à plusieurs écoutes de chaque réunion. La retranscription est un travail de longue haleine (environ dix minutes pour retranscrire une minute d'entretien de groupe) mais elle est fondamentale pour assurer la validité et la richesse des résultats.

Comment faut-il gérer toutes ces données ?

Il importe de définir une démarche d'analyse des données *rigoureuse et systématique* : il ne s'agit pas de décrire les impressions générales que l'on peut retirer des groupes focalisés réalisés mais bien de mettre en œuvre une *analyse de contenu* pertinente et planifiée.

Ce type d'analyse permet de mettre en évidence des tendances communes à certains groupes de la population mais l'apparition d'un seul thème peut aussi être très riche pour l'étude.

Comment interpréter les résultats d'une telle analyse ?

Les données recueillies lors de groupes focalisés sont influencées par la situation de discussion de groupe : les individus construisent leur représentation du thème proposé au fur et à mesure des débats. C'est pourquoi, les données de groupes focalisés ne doivent jamais être exploitées sans mentionner *le contexte* dans lequel elles ont été recueillies (biais inhérents à la situation de groupe, orientation donnée par le plan d'analyse et le guide d'entretien définis avant la collecte des informations, réorientation après les débriefings...). Dans ce sens, toute interprétation des résultats doit donc être *contextualisée* afin d'éviter une généralisation ou une extrapolation excessive de ceux-ci.

En outre, pour s'assurer de la fiabilité des données, un bref questionnaire reprenant les principales questions de l'étude et les caractéristiques des sujets peut être rempli par les participants avant le début de la discussion (pour éviter toute influence du groupe).

CONCLUSION

L'utilité des résultats obtenus par une analyse de contenu de groupes focalisés dépend des objectifs de la démarche. D'une manière générale, la réalisation de groupes focalisés constitue rarement une étape isolée et définitive dans une étude : elle précède ou complète une analyse plus large.

Le but de cette fiche méthodologique n'est pas de vous offrir un *guide de réalisation* complet et universel des groupes focalisés. Elle rassemble seulement quelques conseils pour permettre aux acteurs de terrain de construire leur propre plan d'analyse par groupes focalisés ainsi que d'en définir les modalités pratiques.

Nous reprenons ci-dessous une partie de la bibliographie qui a permis la réalisation de cette fiche. Ces livres et articles sont disponibles à l'APES-ULg. Des exemples concrets de grilles d'entretien et de schémas d'analyse peuvent également être envoyés à la demande.

Utilisation des groupes focalisés

La méthode du groupe focalisé peut être utilisée :

- **Seule**

Exploration et approfondissement de sujets déjà étudiés antérieurement, génération de nouvelles hypothèses et de nouvelles pistes d'actions possibles...

- **Combinée à d'autres méthodes**

Etude exploratoire avant une approche quantitative (pour construire un questionnaire pertinent et cibler la population). Ou encore, clarification et illustration de résultats antérieurs.

Orientation bibliographique

ANDRIEN M., MONOYER M., PHILIPPET C., VIERSET V., "Le groupe focalisé", in Education Santé, avril 1993, n°77 : 3-9.

BOWLING A., Research methods in health, Open University Press, Buckingham-Philadelphie, 1997.

CAREY M.A., "Issues and applications of focus groups", in Qualitative Health Research, vol.5, n°4, Sage Periodical Press, 1995.

SIMARD G., Animer, planifier et évaluer l'action : la méthode du focus group, Mondia Editeurs, Laval, 1989.