

3



**LE FOCUS
GROUP**



PAGE 75

A

QU'EST-CE QU'UN FOCUS GROUP ? DANS QUEL CADRE L'UTILISER ?

- 76 1/ Lors du diagnostic
- 77 2/ Lors de la mise en œuvre
- 78 3/ Lors de l'évaluation
- 79 4/ Avantages et désavantages

PAGE 106

C

106 **ANNEXES**

Documents utiles

PAGE 81

B

COMMENT RÉALISER UN BON FOCUS GROUP ?

- 81 1/ Comment faire un FG
- 81 Ressources humaines et matérielles
- 82 Préparation du guide d'entretien
- 86 2/ Recrutement/ identification des participants
- 86 Taille du groupe
- 87 La prise de contact
- 87 Sélection des participants
- 91 Dédommagement
- 91 3/ Lieux où se déroulent les FG
- 92 4/ Déroulement du FG
- 93 Le rôle du modérateur
- 96 La prise de notes
- 97 Le rôle de l'observateur
- 100 Enregistrement audio
- 100 Nombre de focus groups
- 100 Durée des focus groups
- 101 Intervalles entre les FG
- 101 Langue
- 102 La retranscription
- 102 5/ Feed back
- 104 6/ Analyse des résultats

3 A

QU'EST CE QU'UN FOCUS GROUP ?
DANS QUEL CADRE L'UTILISER ?

> Un focus group (ou groupe focal) est un **groupe constitué de manière formelle et structurée** pour aborder une question spécifique dans un délai précis et ce, conformément à des règles explicites de procédure.

Cette méthode est utile pour les acteurs humanitaires qui ont besoin d'obtenir rapidement des informations sur une population cible et un sujet donné. Les méthodes de collecte qualitatives (entretiens individuels, observations et focus group) sont les seules méthodes valables pour **comprendre les idées, croyances, pratiques et comportements**. Le focus group est un moyen efficace au sein de la communauté de se procurer ces informations et de fournir une estimation valable de **l'opinion de la population** vis-à-vis du projet.

ATTENTION/ Les informations doivent être utilisées en conjonction avec d'autres méthodes de recherche car celle-ci ne permet pas de dresser une documentation exhaustive des pratiques et des comportements mais renseigne sur l'éventail des croyances, idées ou opinions. De plus, si l'on veut qu'ils aient une quelconque validité, ces focus groups doivent être appliqués correctement et le présent outil contient une série d'indications comportant des étapes successives qui peuvent être suivies facilement.

Les focus groups peuvent être utilisés dans différents types de projets et à différentes étapes :

- Pendant la phase de diagnostic pour identifier les divers facteurs contextuels à prendre en compte;
- Pendant la mise en œuvre pour assurer le suivi du projet;
- En tant qu'outil d'évaluation.

1/ LE FOCUS GROUP LORS DU DIAGNOSTIC

Les focus groups servent à l'identification et à la qualification des *stakeholders* (parties prenantes) ainsi qu'à mettre en lumière les besoins d'une communauté (ex/ problèmes collectifs de santé). Ils permettent d'approfondir la connaissance des réseaux. De plus, ils sont très utiles pour découvrir des termes locaux désignant des signes, des symptômes, différents types de maladies et autres concepts relatifs à la maladie.

Par exemple, des focus groups menés sur le paludisme aux Philippines ont permis de savoir que la population faisait usage d'une série de mots différents pour qualifier les « refroidissements » selon l'appréciation de la gravité de l'épisode de la maladie et du traitement nécessaire.

Les focus groups constituent une méthode **indispensable pour l'étude d'un thème sur lequel on ne sait pas grand-chose** ou sur lequel les écrits antérieurs ne sont pas nombreux. Par exemple, pour mettre sur pied un programme d'éducation pour la santé qui devra susciter un changement de comportement et tenir compte des savoirs et des pratiques traditionnelles, il est nécessaire d'avoir au préalable une bonne compréhension de ce que sont ces savoirs et ces pratiques traditionnelles. Les focus groups peuvent **fournir une description sur la manière dont la communauté perçoit la cause de certaines maladies et sur les traitements apportés**. Les résultats peuvent servir à **émettre des orientations** et seront employés lors de la conception du projet.

2/ LE FOCUS GROUP LORS DE LA MISE EN ŒUVRE

On peut utiliser les focus groups pour **recueillir les avis** de la population sur le projet afin de savoir ce que la communauté considère comme étant les principaux problèmes ou difficultés dans le programme en cours.

Il est alors possible d'intégrer ces besoins lors d'éventuelles modifications et de permettre de tester

l'adéquation du nouveau plan du point de vue culturel et technologique. Pour un programme mis en œuvre depuis un certain temps et donnant l'impression de ne pas fonctionner aussi bien que prévu (service peu utilisé ou comportements qui ne changent pas malgré l'éducation pour la santé), le focus group peut étudier certaines questions et permettre d'identifier des problèmes afin de les résoudre.

3/LE FOCUS GROUP LORS DE L'ÉVALUATION

Les focus groups peuvent intervenir dans le cadre d'une démarche d'évaluation et fournir des **compléments d'information** concernant la perception de l'efficacité d'un programme par la communauté.

Par exemple, des focus groups peuvent être utilisés pour comprendre les problèmes d'organisation et de gestion de personnel, leur manière de concevoir leur travail et toute une série de problèmes allant de l'absence de motivation à l'évaluation des besoins en formation. Ils peuvent aussi être utilisés pour aider une communauté à réfléchir sur des idées nouvelles et génératrices d'un programme en amenant le groupe à discuter du problème et des grandes questions s'y rapportant puis à réfléchir aux voies et aux moyens de le résoudre.

4/AVANTAGES ET DÉSAVANTAGES

L'utilisation de cette méthode présente différents avantages et inconvénients, en résumé :

Avantages

- Les FG produisent un important volume d'information, beaucoup plus vite et à moindre coût que d'autres méthodes de collecte qualitatives ;
- Ils sont excellents pour l'obtention d'informations auprès des communautés analphabètes ;
- Pour des thèmes assez simples, ils peuvent être aisément dirigés par des personnes sans formation dans les méthodes de collecte qualitatives ;
- En raison de la formulation très souple des questions, ils permettent de découvrir des attitudes et des opinions que d'autres méthodes de collecte qualitatives ne seraient pas en mesure de révéler ;
- Ils sont généralement bien acceptés par la communauté car ils font appel à des discussions de groupes, forme de communication assez naturelle dans la plupart des communautés ;
- Ils ne sont pas chers et ne nécessitent pas beaucoup de préparation ;
- Ils permettent de saisir les modes d'interactions dans les communautés, ainsi que les futures interactions entre les personnes clés et le projet ;
- Ils permettent de voir les normes en vigueur, « ce qu'il convient de faire ».

Désavantages, limites, inconvénients

- Les résultats ne peuvent être étendus à la communauté au sens large : ils fournissent un éventail de points de vue et d'opinions ;
- Il faut être prudent dans l'interprétation : les participants peuvent s'accorder à l'amiable sur des réponses (notamment pour des sujets sensibles, ou de type magico-religieux) ;
- Si le modérateur n'est pas bien formé, il y a un risque d'orientation des réponses ;
- Les groupes focaux vont dépendre de ce qui est socialement parlant acceptable dans une communauté plutôt que de ce qui se produit réellement. Ce problème peut s'atténuer facilement en sélectionnant les participants par petits groupes et en comparant les réponses. De plus, cela permet de limiter la difficulté des minorités à exprimer leurs points de vue ;
- Il peut y avoir des difficultés à exprimer des avis divergents dans des sociétés où confrontations et débats sont jugés inconvenants ;
- Les sujets délicats ne peuvent pas être facilement abordés, l'expérience intime de l'individu se découvrant au groupe : ex/ prostitution occasionnelle, toxicomanie, MST... ;
- Les données qualitatives sont difficiles à interpréter et à analyser.

3 B

COMMENT RÉALISER UN BON FOCUS GROUP ?

ATTENTION / La méthode proposée ici, même si elle est adaptée à une méthode de collecte qualitative pour des projets en santé, suit une procédure issue d'un modèle classique d'élaboration des focus groups. C'est pourquoi elle doit être considérée plus comme une aide méthodologique, un « memento », que comme un manuel à respecter scrupuleusement, point par point. En effet, la diversité des situations rencontrées sur le terrain oblige à une certaine souplesse dans la mise en œuvre de cette méthode.

1/ COMMENT FAIRE UN FOCUS GROUP

Ressources humaines et matérielles

- **Deux personnes** : un modérateur et un observateur (pour la prise de notes) ;
- **Le guide d'entretien** (préparé à l'avance) ;

- **Un enregistreur audio si possible** (vivement conseillé);
- **Prévoir à boire et à manger.**

Préparation du guide d'entretien

Le focus group ne nécessite pas forcément beaucoup de préparation. Il s'agit d'initier une discussion sur un thème avec aussi peu d'intervention que possible.

Avant de formuler précisément les thèmes à aborder, **il faut consulter de la documentation, des travaux antérieurs ou des rapports d'études** qui comportent peut-être déjà de nombreuses informations et le type de questions à poser.

Il est important de définir de manière claire les objectifs et ce que l'on cherche à savoir :

par exemple, « les messages d'éducation pour la santé relatifs à la prévention du paludisme s'intègrent-ils dans les croyances de la communauté concernant les causes et la prévention du paludisme et de la fièvre ? » Il s'agit de faire une liste complète des questions qui se rapportent aux problèmes et de décider des questions les plus intéressantes, qui seront la base des objectifs de l'étude. Cette liste constituera un guide d'entretien (sans s'y tenir absolument), auquel on ajoutera une marge pour noter les observations informelles et les informations nouvelles permettant de relancer des points intéressants.

Le guide d'entretien est un canevas des grands thèmes que l'on veut aborder et est préparé à l'avance pour faciliter la production des réponses.

Il est préférable que les questions suivent une logique :

du plus général au moins général, des expériences et idées du groupe à celle de chacun (dans l'idéal, il faut chercher à détailler un cas particulier s'il est intéressant pour pouvoir l'exploiter en étude de cas lors de l'analyse). Les dernières questions peuvent être assez dirigées par rapport à des réactions ou à des idées, de sorte que ces questions ne soient pas forcément les mêmes en fonction des groupes enquêtés. Il est important d'essayer de poursuivre des thèmes quand ceux-ci débouchent sur des suggestions ou des issues concrètes déjà proposées par la population, par exemple des solutions locales pour prévenir le paludisme.

Le contenu doit être assez souple

pour permettre à la discussion de se dérouler au rythme des participants mais suffisamment structuré pour maintenir la conversation près du thème à étudier.

Par exemple, si l'on travaille sur le non-usage d'un service de santé et sur la supposition d'une préférence du recours aux tradithérapeutes, il ne faut pas se contenter d'exposer le problème mais être plus précis : Pour quels types de maladies la communauté choisit-elle de recourir au guérisseur traditionnel ? Quelles sont les difficultés les plus couramment rencontrées dans les structures de soins modernes ? Sur le thème de la diarrhée infantile, le modérateur ne demande pas : « Quels sont les signes et les symptômes de la diarrhée normale ? » mais plutôt :

- « Pouvez-vous me dire comment reconnaître que votre enfant souffre de diarrhée normale ? »
- « Est-ce le seul type de diarrhée ? Quels autres genres de diarrhées affectent les enfants ? »

– « Existe-il d'autres mots pour désigner la diarrhée ? »
Un guide bien préparé peut permettre de poser les mêmes questions à différents groupes et de comparer les connaissances et les attitudes.

Le guide d'entretien doit comporter au maximum 5 à 6 questions. Il ne faut pas oublier que les réactions des participants vont contribuer à susciter d'autres relances, à creuser un thème, etc. **La liste des questions ne doit être qu'un support avec la possibilité d'y déroger** si l'information donnée par les participants est plus intéressante.

Les questions fermées ne sont pas appropriées pour ce type d'étude car elles ne stimulent pas la discussion. Les questions pourquoi et comment peuvent être intéressantes à condition de savoir que les discours ne correspondent pas forcément aux actes. Cependant, les réponses donneront une idée de la norme, de « ce qu'il convient de faire ».

EXEMPLE DE GUIDE DE QUESTIONS SUR LES MALADIES INFANTILES ET LES STRATÉGIES DE TRAITEMENT S'Y RAPPORTANT

- | | |
|--|--|
| <p>1. Quelles sont les maladies les plus répandues dans le village ?</p> <p>2. Les enfants font-ils des maladies différentes de celles des adultes ?</p> | <p>Lesquelles ?</p> <p>Pour chacune, posez les questions suivantes :</p> <p>3. Pourriez-vous me dire davantage sur les signes et symptômes de cette maladie ?</p> |
|--|--|

Y a-t-il d'autres mots utilisés pour désigner cette maladie ? Quelles en sont les causes ?

4. Que faites-vous dès que vous pensez qu'un enfant a cette maladie ? Bénéficiez-vous de conseils à cet effet ?

5. Supposez que l'enfant ne se sente pas mieux ou même que son état de santé s'aggrave : que faites-vous alors ?

6. Et s'il n'y a pas d'amélioration ?

Revenir à la question n°3 pour la maladie suivante.

EXEMPLE DE GUIDE DE QUESTIONS SUR LE PALUDISME

1. Des personnes de ce village m'ont un peu parlé du paludisme. Pouvez-vous me dire à votre tour comment vous reconnaissez que quelqu'un a le paludisme ?

2. Le paludisme se présente-t-il différemment chez l'enfant et chez l'adulte ?

3. Si quelqu'un souffre de paludisme, que faites-vous ? (examinez à fond les différences de comportement selon les symptômes reconnus et l'âge des malades)

4. Existe-t-il plusieurs termes pour désigner le paludisme ?

5. Le paludisme est plus répandu à certaines périodes de l'année. Pourquoi en est-il ainsi ?

6. Qu'est-ce qui provoque le paludisme ? (faites détailler la liste complète des causes et des explications sur les modes de transmission).

S'il est fait référence aux moustiques, posez les questions suivantes :

7. Tous les moustiques transmettent-ils le paludisme ? Où se reproduisent-ils ? Comment piquent-ils ? Quand ?

8. Que faut-il faire pour éviter le paludisme ?

EXEMPLE DE GUIDE DE QUESTIONS
SUR LA PLACE DES FEMMES
DANS LA GESTION DE L'ÉCONOMIE FAMILIALE

- | | |
|---|---|
| <p>1. Quelles sont pour vous les priorités à assurer pour le bien-être de la famille ?</p> <p>2. Comment prend-on les décisions importantes dans la famille ?
Est-ce que vous pourriez me décrire les différentes choses qui sont laissées à votre décision ?</p> <p>3. Quelles sont les rôles de chacun des membres de la famille ? Pourriez-vous m'en dire davantage sur les différents rôles des femmes ?</p> | <p>4. Comment se répartit l'argent que chacun gagne dans une famille? Qui décide de cette répartition ?</p> <p>5. Quelles sont les dépenses quotidiennes habituelles pour la famille? Quelles sont les dépenses imprévues ?</p> <p>6. Que faites-vous quand un enfant est malade et qu'il faut payer des soins ?</p> |
|---|---|

2/ RECRUTEMENT / IDENTIFICATION DES PARTICIPANTS

Taille du groupe

La meilleure taille est minimum 6 maximum 12 personnes, moins de 6 étant intimidant et limité, plus de 12 il est difficile de mener une vraie discussion et d'entendre tous les points de vue. En pratique

de plus petits groupes (minimum 4 personnes) peuvent bien fonctionner aussi. Il convient de faire remarquer que la décision quant à l'effectif nécessaire dans chaque groupe dépendra aussi de la manière dont les personnes de la communauté ont l'habitude de se réunir pour discuter.

Enfin, il est préférable de ne pas faire un gros recrutement afin de se laisser une marge : dans beaucoup de communautés, il n'est pas admis de renvoyer des invités sous prétexte qu'il y a déjà assez de participants présents.

La prise de contact

La prise de contact dépend de la communauté au sein de laquelle on travaille. En général, il faut saisir les responsables locaux, leur donner des explications sur l'étude à entreprendre et obtenir leur autorisation pour travailler dans leur localité. Il peut aussi être utile de rencontrer les agents de santé locaux afin qu'ils aident à trouver des personnes aptes à participer aux groupes.

Sélection des participants

Le choix des membres de la communauté varie selon le type de recherche. Par exemple, pour savoir pourquoi une communauté s'abstient de faire usage du service de santé et préfère le système traditionnel, il faut inclure ceux qui s'occupent des adultes et des enfants malades et qui choisissent les soins de santé moderne, ceux qui s'occupent des malades et qui choisissent les soins de santé traditionnels, mais aussi les personnes qui ont une influence sur eux (parents, guérisseur, chef de clan, agent de santé...)

Le mode de sélection courant pour les participants s'appelle l'échantillonnage « fonctionnel » ou de « convenance », qui consiste à retenir les éléments de la communauté que l'on juge les plus aptes à fournir les informations souhaitées. **Les sélections de type aléatoire n'ont pas de pertinence ici.** Par exemple, pour savoir pourquoi les migrants africains ne se présentent pas toujours à la consultation médicale, il est plus efficace de retenir les patients, parents et personnels de santé concernés par le programme de soins aux migrants, car il ne sert à rien de recourir à une sélection de type aléatoire et prendre le risque que cet échantillon ne vous donne pas une seule personne africaine migrante.

La façon et le moment de prévenir les participants dépendent des moyens d'accès à la communauté. L'idéal est de les avertir avant la rencontre et de faire un rappel la veille. Dans bien des cas c'est impossible, et il arrive que les participants soient recrutés une heure avant la tenue de la session. Il convient d'examiner les activités quotidiennes et de tenir compte des facilités ou difficultés à participer à la session, et du sacrifice de temps qu'ils voudront bien accorder.

Il faut informer les participants du sujet de l'étude (sans pour autant discuter précisément des questions qui seront abordées ni révéler directement le but de l'étude envisagées), **des raisons de leur sélection et de la manière dont seront utilisés les résultats.** Par exemple, pour introduire une étude sur la perception d'une maladie dans une région où la prévalence est élevée, il faut expliquer l'intérêt que l'on porte aux problèmes de santé de la communauté concernée.

Pour cerner ce problème, il faut préciser que l'on souhaite en discuter avec autant de personnes que possible et avoir des expériences personnelles en matière de santé pour aider le projet à développer des actions destinées à assurer une meilleure santé pour tous.

ATTENTION / Les expériences passées d'intervention, le contexte politico-administratif, les relations préalables de l'équipe dans le village, les intermédiaires avec lesquels des liens privilégiés sont établis, vont influencer fortement sur la possibilité d'identifier des acteurs représentatifs de la population ainsi que les besoins prioritaires.

Lors du recueil d'information, on assiste souvent à une **domination d'un groupe qui va de pair avec l'exclusion des points de vue et des perceptions des membres minoritaires**, qui n'ont pas la possibilité de faire passer leurs intérêts et opinions au rang d'intérêt général. C'est le cas en particulier des femmes, placées aux affaires privées et domestiques. Le risque est de passer à côté des informations essentielles, car la participation et le recueil des besoins des populations auront mis l'accent sur une vision commode des intérêts qui gomme les différences. Il ne faut pas sous-estimer ce problème dans les causes de réussite ou d'échec d'un programme. Les études de cas montrent en effet la grande hétérogénéité des populations cibles et que celles-ci peuvent avoir des visions des actions très éloignées de celles d'autres catégories d'acteurs. Il faut donc valoriser la contribution des catégories les plus faibles. Alors il faut, dans certains contextes, tenir compte des possibilités d'expression lors de la sélection des participants, et il peut être utile de ne pas associer des personnes qui entretiennent entre elles des rapports hiérarchiques.

Lors des recueils de besoins d'un village, il faut chercher à comprendre qui est là ou pas, pourquoi, et donc repérer les facteurs d'ordre pratique (temps, distance) ou sociaux (factions et alliances) qui déterminent le fait d'assister ou non. La non-participation de certains acteurs et les distorsions de l'information qu'elle provoque doivent être considérées. Parce qu'il y a beaucoup d'enjeux et donc de contrôle dans le flux des informations, il faut éviter de créer des contextes sociaux formels. Il est de la responsabilité du programme de s'assurer que l'ensemble des catégories les plus faibles (en termes de statut social ou encore d'aisance dans l'expression orale) puisse effectivement s'exprimer et défendre son point de vue.

Il est alors préférable de faire des petits groupes homogènes dans leur situation et par rapport aux thèmes (âge, sexe, statut social...) pour faciliter les discussions libres et obtenir des points de vue en fonction des catégories.

Les participants s'expriment plus librement lorsqu'ils sont dans un groupe de personnes avec lesquelles ils partagent la même expérience. Par exemple si l'on s'intéresse aux pratiques sexuelles dans le cadre d'un projet sur le VIH/Sida, un groupe contenant des jeunes femmes célibataires et des femmes mariées d'un certain âge ne donnera pas des résultats satisfaisants, les jeunes femmes se voyant dans l'obligation de discuter de pratiques « admises » au lieu de leurs expériences et comportements réels. Pour cette raison, il faut réfléchir sur le statut des participants au sein de la communauté, leur situation socio-économique, leur formation, leur religion, leur sexe, leur âge, etc. Ne pas hésiter à faire des sous-groupes (groupe homme et groupe femme, et groupe d'hommes âgés et de femmes âgées, etc.)

Cependant, il ne faut pas se montrer trop compliqué lors des sélections et se poser les questions de fonds : la répartition des migrants africains selon leur niveau d'éducation permet-elle vraiment d'obtenir davantage d'indications pour comprendre pourquoi ils se présentent pour recevoir des soins ? Faire trop de sous-groupes peut engendrer un nombre trop important de sessions et un épuisement de ressources inutile.

Dédommagement

Les participants donnent de leur temps et il est conseillé de les **défrayer** pour cela : boisson offerte sur place par exemple, voir remboursement du titre de transport. En revanche, **Médecins du Monde n'indemnise pas les participants aux groupes focaux**. Une indemnisation risquerait de freiner la libre expression des participants : certaines personnes pourraient en effet se sentir obligées de donner des réponses « pour faire plaisir » ou « pour remercier » et non leurs vraies réponses.

3/LIEUX OÙ SE DÉROULENT LES FOCUS GROUPS

La discussion doit être à tout prix encouragée, et le lieu y concourt vivement. Il faut privilégier l'établissement des lieux en fonction de la constitution des groupes : prendre le local d'une association de jeunes, une maison pour les femmes, etc. Il est important que les lieux soient familiers pour les différents groupes.

Il est possible de les laisser proposer un endroit ou de se faire inviter (à prendre le thé par exemple) ou encore de profiter d'activités domestiques ou artisanales (type vannerie, tissage, linge, maternage...). De même il faut laisser les participants se placer comme ils veulent (assis par terre ou sur des chaises en cercle...). Si l'on a recours à une pièce, il faut que l'endroit ne soit ni trop grand ni trop petit et calme. Enfin, pour certains groupes il faut profiter de temps privilégiés (repas partagé, sieste, veillée...). **La règle est d'éviter au maximum des lieux affiliés à des institutions** (centre de santé, église, école...). Par exemple, la présence de posters d'éducation à la santé dans une pièce peut forcer les participants à donner la « bonne » réponse, celle que les participants « pensent » que l'on veut entendre. Plus le lieu et la discussion seront informels plus les réponses ne correspondront pas à des réponses formelles, obligées.

ATTENTION / à l'usage de paperboard, papier, etc., car ils renforcent l'aspect formel et scolaire, et peuvent gêner des populations qui ne maîtrisent pas l'écriture et/ou la lecture.

4/DÉROULEMENT DU FOCUS GROUP

Pour réaliser un focus group, il faut **deux personnes** : un modérateur pour mener l'animation, et un observateur pour prendre des notes et observer le groupe (il peut toutefois participer aussi et « sortir » de son rôle de retranscripteur).

Le rôle du modérateur

Le rôle du modérateur est de faciliter la discussion et de la stimuler.

→ 1/ Introduire la session :

- Il commence par introduire le sujet, se présenter et encourager les participants à se présenter ;
- Il est aussi important de préciser le caractère confidentiel de ces discussions. D'autre part, il demande la permission d'enregistrer le focus group ;
- Dès le départ, il est important de donner les objectifs de cette discussion (on vous sollicite pour comprendre vos besoins réels, votre point de vue sur telle action...) et de présenter quel genre d'information on recherche, à quoi et comment cette information va nous servir.

→ 2/ Suivre un guide d'entretien préparé à l'avance :

- Commencer par des questions ouvertes simples pour introduire la discussion et mettre les participants à l'aise. Une façon d'entamer facilement la discussion consiste tout simplement à faire savoir aux interlocuteurs que l'on s'intéresse à telle maladie et leur demander s'ils la connaissent. Parler d'un cas est un bon point de départ pour les discussions. Pour faire démarrer une discussion, on peut aussi partir d'une astuce qui consiste à parler sur ce même thème du point de vue d'un autre groupe, ou d'une autre société (les autres personnes interrogées estiment que... qu'en pensez-vous ?) ;
- Poursuivre avec des questions ouvertes plus approfondies pour enrichir le débat et encourager des commentaires libres.

Les questions sous forme d'hypothèse concernant la maladie permettent également d'encourager un échange d'idées quant au diagnostic et au traitement,

d'étudier les différentes connaissances à ce sujet et la concordance des idées au sein du groupe. Si des avis divergent ou que des opinions contradictoires se font jour, il faut en profiter pour approfondir la discussion. Il faut être attentif à la nature des interactions au sein du groupe et noter les points où des personnes se distinguent d'autres, par exemple si les mères et les filles ne sont pas du même avis. Il faut relancer lorsque l'on veut approfondir les réponses, une astuce consistant à reformuler et à demander aux participants si l'on a bien compris.

Pour encourager la discussion, il faut se montrer intéressé aux idées du groupe tout en restant neutre dans le débat et ne pas donner son point de vue (se réfugier derrière l'« ignorance », le rôle de l'idiote si l'on est sollicité).

La seule prise de notes est celle pour les relances : noter des termes à creuser. Il faut aussi veiller à ce que tous les points de vue soient exposés, en encourageant les participants passifs, voire en les interpellant par leur nom si besoin est. Régulièrement, il faut préciser qu'il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse dans la discussion.

Enfin, il est important de recentrer la discussion si elle sort complètement du cadre. Pour recentrer, on utilise les phrases précédemment dites dans le débat et que l'on a noté en prévision : « quelqu'un a dit ça à propos de ça, qu'en pensez-vous ? Quelqu'un a-t-il une situation similaire ou différente ?... »

STYLES DE QUESTIONS ET DE RELANCES DU MODÉRATEUR

M : Est-ce que vous pourriez me parler de différents types de maladies qu'attrapent vos enfants ? **[Question d'ordre général]**

M : Il y a donc un genre de fièvre particulier où l'enfant a très froid, frissonne et peut mourir ? **[Répétition]**

M : Supposez que l'enfant ait de la fièvre, qu'il ait très froid et se plaigne d'un violent mal de tête. À votre avis, qu'est-ce qui ne va pas ? **[Représentation clinique]**

M : Supposons que vous emmeniez cet enfant dans une pharmacie locale où on vous remet quelques comprimés. Vous les lui faites avaler mais il n'y a aucune amélioration. Maintenant qu'allez-vous faire ? **[Hypothèse]**

M : Vous pensez tous que c'est comme ça ? Et vous, Mme Y ? **[Incitation]**

M : Bon pas tout à fait. En fait, dans ce cas, c'est mon beau-frère qui m'aide.

M : C'est intéressant ! Qu'est-ce qu'il fait ?

[Sondage]

Y : Eh bien, il me prête de l'argent afin que je puisse emmener l'enfant au dispensaire.

M : Peut-il toujours vous aider de la sorte ?

[Vérifier le caractère généralisable de l'expérience au niveau d'une personne]

M : Et les autres, que faites-vous, faute d'argent ? Cherchez-vous un prêt auprès de quelqu'un **[Vérifier le caractère généralisable au niveau du groupe]** ou bien faites-vous autre chose ?

La prise de notes du modérateur

Même s'il y a un observateur et un enregistrement, le modérateur doit aussi prendre des notes.

→ Pendant qu'une personne parle, **il faut noter des bouts de dialogue quand un point est intéressant mais pas suffisamment détaillé.** Cela permet de revenir dessus en citant ses propres mots.

→ **Noter dans la marge, au fur et à mesure qu'elles viennent à l'esprit pendant la conversation, les relances, les questions que l'on veut poser,** les nouvelles questions, les demandes de précision, etc...; les rayer quand le point a été traité.

→ **Noter des mots clés, des citations exactes, textuelles, intégrales, dans la langue locale,** des propos de la personne sur des points particulièrement pertinents (et les mettre entre guillemets); noter dans la langue locale les termes importants utilisés (sémiologie populaire).

EXEMPLE DE FEUILLE DE PRISE DE NOTES DU MODÉRATEUR LORS DE LA DISCUSSION

Q 1. Est-ce que vous pourriez me parler de différents types de maladies qu'attrapent vos enfants ?

Mots clés et sémantique :

Questions de relance :

Le rôle de l'observateur

Le rôle de l'observateur est de prendre les notes principales. S'il n'y a pas d'enregistrement, la prise de notes devra être aussi complète que possible, afin d'avoir un compte-rendu le plus exhaustif possible des discussions.

Néanmoins le danger est de ne plus avoir le temps d'observer les réactions du groupe. On peut alors décider d'avoir recours à un secrétaire supplémentaire dans l'équipe. L'ajout d'un secrétaire n'est cependant pas recommandé : une troisième personne renforce le caractère intimidant et ne facilite pas la discussion. Sans secrétaire, l'observateur peut essayer de résumer les réponses données par chaque participant ou bien relever quelques interventions caractéristiques mais il y a un risque de passer à côté d'informations importantes : il est difficile de savoir, surtout en début de session, quelles informations sont plus importantes que d'autres.

L'idéal reste ainsi l'enregistrement audio.

C'est à l'observateur d'enregistrer s'il en a la permission. Si le FG est enregistré, il faut alors ne prendre en note que l'informel, les comportements, les expressions faciales, le langage des corps, les signes entre participants...

Il est primordial de noter le plus possible dans leurs propres mots (noter des mots de vocabulaire est particulièrement important pour développer du matériel pour le projet). L'observateur peut aussi noter les questions soulevées au cours de la discussion, qui serviront pour les autres focus groups, les messages non verbaux qui pourront renseigner sur la manière dont le groupe apprécie le thème de la discussion... Il peut,

au besoin, signaler au modérateur les questions qui n'ont pas été étudiées de manière suffisamment approfondie.

Liste des points importants à noter :

- Date, heure et lieu ;
- Nombre, nom et catégories des participants (sexe, tranche d'âge, statut ou profession...);
- Description générale de la dynamique de groupe (niveau de participation, présence de leader dominant la conversation, niveau d'intérêt);
- L'opinion des participants (si pas d'enregistrement);
- Aspects émotionnels (emportement, gêne, rire...);
- Les commentaires, avant ou après le débat, informels entre deux participants;
- Les questions qui n'ont pas été abordées.

EXEMPLE DE FEUILLE DE PRISE DE NOTES DE L'OBSERVATEUR (SI ENREGISTREMENT) LORS DE LA DISCUSSION

<p>Date : 21/09/08 Heure : 10 h 30 Lieux : Domicile de Mme H. Participants : 8 Nom et informations : – Hamina K ; Femme (F), 30-35 ans, ménagère – Fatima B ; F, 30-35 ans, ménagère. ...</p>	<p>Mots clés et sémantique (MC) :</p>
<p>Q 1. Est-ce que vous pourriez me parler de différents types de maladies qu'attrapent vos enfants ?</p>	

<p>Informations générales (IF) : Les femmes se mettent à décrire des types de maladies en les nommant en langue locale. La femme qui a pris la parole se met à parler des « maladies du sort »...</p> <p>Attitudes, niveau d'intérêt, de participation (A/P) : Fatima prend le rôle de leader lors de la conversation, Hamina ne paraît pas d'accord, 5 femmes paraissent assez soumises et ne participent que par des hochements de tête... Froncement des sourcils sur les propos du leader concernant les symptômes de la diarrhée de la part de Hamina K. Gêne de la part des interlocutrices sur...</p>	<p><i>Niass :</i> <i>rougeole</i></p> <p><i>Corps chaud</i> <i>Ventre liquide</i></p> <p>« parfois les enfants ont le corps chaud car ils ont fait un cauchemar » Hamina K.</p>
<p>Relance du modérateur : Il y a donc un genre de fièvre particulier où l'enfant a très froid, frissonne et peut mourir ?</p> <p>(IF) : Contestation de la part de... Discussion autour de tel sujet...</p> <p>(A/P) : hochement de tête en signe de désaccord de Hamina K.</p>	<p>(MC) :</p>
<p>Questions qui n'ont pas été abordées :</p>	

Enregistrement audio

Si c'est possible, **l'utilisation de l'enregistrement est idéale** (cassette ou, mieux, MP3). L'enregistrement permet une analyse plus détaillée mais surtout il permet de ne pas perdre des informations (on ne sait pas toujours à l'avance ce qui est pertinent de noter ou pas). L'enregistrement permet aussi de suivre les sessions auxquelles on n'a pas assisté, de vérifier les traductions, et de réécouter en cas de doute ou de contestation sur le sens d'une intervention.

Nombre de focus groups

Cela dépend du projet, et des ressources humaines, ainsi que du nombre d'informations nouvelles qui surgissent dans les FG déjà commencés : une information capitale peut relancer toute une session de focus group.

En général, **dès que les groupes focaux cessent de fournir une information nouvelle, il n'est plus nécessaire de continuer à organiser des sessions.** Parfois cela arrive au bout de deux ou trois séances seulement, dans d'autres cas, il faut en organiser sept ou davantage. En clair, si le temps ne presse pas, on attend la redondance de l'information pour s'arrêter.

Durée des focus groups

Les sessions durent en général 1 h 30 (2 heures maximum). Cette durée concerne la tenue du focus group mais ne tient pas compte du temps de préparation ni d'analyse. La première session est souvent plus longue car toutes les informations sont nouvelles. Les sessions suivantes verront des informations se confirmer et

permettront d'aller plus vite sur certains points afin de s'attacher à d'autres questions peu ou pas abordées.

Intervalles entre les focus groups

Si l'attente de quelques jours entre deux focus groups permet de digérer les informations et de mieux les analyser pour pouvoir préparer les suivants, le terrain n'est pas toujours propice à cette attente. La plupart du temps, il faudra réaliser tous les focus groups le plus rapidement possible, en fonction des possibilités de l'équipe mais aussi de la population. Il faut avoir en tête que la population n'est pas forcément disponible très longtemps. En clair, l'idéal est de mener plusieurs focus groups dans une même journée, et de répéter ce processus dans les jours qui suivent jusqu'à la fin des sessions, sans excéder une semaine.

ATTENTION/ Dans certains cas (suivi de projet, installation longue...), il est aussi possible de mener des focus groups sur plusieurs mois : par exemple, on peut organiser des focus groups dans la salle d'attente d'un CASO de manière régulière sur trois mois. **Le contexte et les ressources du terrain sont les véritables déterminants concernant la durée des focus groups, il faut s'y adapter.**

Langue

Si les groupes focaux se déroulent dans une autre langue que celle des modérateurs, il faut avoir recours à une personne originaire du milieu pour diriger les groupes ou encore avoir un interprète. **Toutefois, l'interprète n'est pas conseillé puisque cela rend difficile la communication entre modérateur et participants, le fait de traduire perturbant**

le cours de la discussion. Enfin, il faut faire traduire les questions par d'autres voies avant de les présenter à l'interprète ou au modérateur local, afin de pouvoir vérifier la validité de leurs propres traductions des questions. L'enregistrement est fortement conseillé pour pouvoir faire retraduire des séquences par un autre interprète entre deux sessions.

La retranscription

Le plus simple est bien entendu d'éviter la retranscription ! En effet, c'est un travail très long et fastidieux, bien qu'important. Pour des raisons de temps et de ressources, la réalité du terrain fait que cette étape peut être allégée. Pour pouvoir se passer d'une réelle retranscription, il faut avoir une prise de notes pendant la séance très complète, afin de recueillir autant de détails que possible. **L'enregistrement audio est LE moyen** pour ne retranscrire que l'essentiel, car il permet de réécouter des sessions et de retranscrire des passages à la lumière des autres sessions.

5/FEED BACK

Le feed back à la population devra avoir lieu très rapidement après la fin des sessions. Il n'est pas besoin d'avoir déjà procédé à toute l'analyse des différents focus groups, une bonne connaissance des différents thèmes abordés pourra suffire à lancer la discussion.

Il faudra compter deux heures de compte-rendu à la population. Tous les membres de l'équipe

devraient être présents à cette rencontre. Si on utilise des interprètes, il est particulièrement important qu'ils y assistent, car ils seront à même de fournir beaucoup d'informations à l'équipe de recherche.

Le feed back consiste, tout en préservant l'anonymat, à réunir tous les groupes et à présenter les points centraux soulevés par les différents groupes, afin d'**inciter la comparaison des points de vue.**

Il faut être vigilant à ne pas donner d'indices qui permettent de distinguer précisément de quel groupe vient l'information. Même si on a réussi à obtenir un niveau de détail sur une pratique ou une opinion, il faut veiller à présenter l'information, sur laquelle les participants vont réagir, de façon plus évasive : on ne dira pas : « Tel groupe a soulevé le problème du manque d'argent pour la santé des enfants » mais par exemple « Il est ressorti de plusieurs discussions que la santé coûte cher. » De cette manière le problème peut être abordé par tout le monde (c'est un problème commun à tous les groupes), sans désigner le groupe responsable de la santé des enfants (le groupe des mères, dépendantes financièrement par exemple).

Une fois la discussion lancée, il est toujours possible après de recentrer le débat sur les dépenses de santé pour les enfants. Cette précision est importante : **l'introduction d'un programme peut faire surgir des confrontations entre les populations qui n'ont pas les mêmes intérêts,** il faut alors pouvoir connaître les réticences. Cette discussion de groupe permettra **de faire surgir la dynamique des groupes :** les rapports de force, les groupes dominants/dominés... Ces informations seront utiles par la suite pour

l'identification des personnes ressources et pour l'insertion du projet dans la société ciblée.

D'autre part, à travers l'échange et la discussion va se construire un savoir commun. Ce qui importe, ce n'est pas ces différences culturelles dans le rapport à la santé mais le savoir commun qui va se développer autour de la discussion. Cette discussion peut permettre l'émergence d'informations communes sur la manière de mener le projet : après une discussion avec tous les groupes où l'on a abouti au constat commun d'un problème d'accès aux soins pour les enfants, d'éventuelles formulations de besoins spécifiques pourront être évoquées et un futur projet dans ce sens sera plus facilement accueilli.

6/ANALYSE DES RÉSULTATS

L'analyse de ces données va permettre au groupe de travail de cibler rapidement les grandes questions auxquelles les participants attachent de l'importance et d'obtenir les informations dont il a besoin pour prendre des décisions relatives aux prochaines étapes du projet.

Parmi les techniques spécifiques d'analyse, on propose celle-ci :

- Il faut faire une première lecture de ses notes pour saisir l'ensemble d'une conversation lors d'un premier focus group et noter les impressions générales ;
- La deuxième lecture doit se faire à la lumière

des questions de recherche : il faut chercher à découvrir les principales opinions et attitudes exprimées par les groupes, dégager les principaux thèmes qui s'y distinguent en utilisant des surligneurs de différentes couleurs pour créer des raies de code. Une couleur pour chaque thème, mots clés ;

- Il faut recommencer ce processus pour tous les focus groups de façon à pouvoir comparer les données ;
- Il est possible aussi de faire une copie des notes et, à l'aide de ciseaux, de couper les parties du texte traitant de chaque thème spécifique. On empilera ensuite toutes les parties traitant du même thème et on demandera à quelqu'un de lire et de résumer ce qui a été dit à propos du thème ;
- Il faut être capable de répondre à la question : « À quelles problématiques mes résultats me renvoient-ils ? » ;
- Enfin, ces données devront être classées par fiches thématiques et viendront compléter le rapport de synthèse.

3C

ANNEXES

Documents utiles

- Un document complet disponible prochainement sur l'Intranet Médecins du Monde ou sur le blog <http://www.mdm-scd.org> : Susan Dawson et Lemore Manderson, *Le manuel des groupes focaux*, Méthodes de recherche en sciences sociales sur les maladies tropicales N°1, PNUD / Banque Mondiale / OMS, 1993, en ligne sur www.unu.edu/unupress/food2/uin10f/uin10f00.htm
- Un article de réflexion intéressant sur les focus groups : www.soc.survey.ac.uk/sru/SRU19.html
- Des conseils destinés aux modérateurs de focus groups : www.mnav.com/bensurf.html