

Réflexion épistémologique sur l'usage des *focus groups* : fondements scientifiques et problèmes de scientificité

El Hadj Touré, Ph.D.

Université Laval

Résumé

Longtemps dominés par les techniques relevant de la recherche quantitative et les entretiens individuels, les *focus groups* ont récemment fait l'objet d'une attention particulière en sciences sociales. Leur usage généralisé apparaît dans un contexte épistémique marqué par le retour de l'acteur et un regain d'intérêt des chercheurs pour la recherche qualitative. Seulement, bon nombre d'auteurs ont privilégié les questions d'ordre méthodologique relatives à l'utilisation des *focus groups*, lesquels sont de surcroît perçus comme une méthode révolutionnaire. De ce fait, les questions épistémologiques sont ignorées au profit des procédures et modalités d'application du « nouvel instrument qualitatif ». L'objet du présent article est de mettre en évidence ces paramètres fondamentaux. Concrètement, nous examinons les fondements scientifiques des *focus groups* en révélant leurs ancrages théoriques et épistémologiques. Par la suite, les problèmes de scientificité de cette méthode sont illustrés à travers deux recherches menées dans des contextes socioculturels, disciplinaires et méthodologiques différents.

Mots clés

FOCUS GROUPS, FONDEMENTS SCIENTIFIQUES, PROBLEMES DE SCIENTIFICITE, INTERACTION, CONTEXTES

Introduction

Nés dans le domaine de la communication sociale, des médias et de l'analyse de la propagande politique (années 1940), utilisés fortement en marketing (années 1960) et en démographie (années 1970), les *focus groups* connaissent,

de nos jours, un succès remarquable en sciences sociales en général. Ainsi, un important ouvrage a été publié en 1999 par Barbour et Kitzinger sur l'esprit, la théorie et la pratique de cette méthode qualitative de recherche sociale. L'usage des *focus groups* est particulièrement fécond en sociologie (Morgan & Spanish, 1984), en anthropologie appliquée (Simard, 1989), en communication (Lunt & Livingstone, 1996) et en psychologie sociale (Kalampalakis, 2004). Un numéro spécial leur a été aussi consacré par le *Bulletin de Psychologie* en 2004.

Longtemps dominée par les techniques relevant de la recherche quantitative, la méthode du *focus group* a récemment fait l'objet d'une attention particulière dans un contexte épistémique marqué par le retour de l'acteur et un regain d'intérêt des chercheurs pour la recherche qualitative. Seulement, bon nombre d'auteurs ont privilégié les questions d'ordre méthodologique relatives à l'usage des entretiens collectifs (Edmunds, 1999; Morgan, 1993; Morgan & Krueger, 1998)¹. Ils ont surtout mis en évidence les préoccupations liées à la confection d'un guide, au recrutement des participants, au choix des lieux, à la conduite des discussions, à l'analyse des données, etc. Parfois, on répute les *focus groups* pour une méthode révolutionnaire. Contrairement aux entretiens individuels de type classique, ils sont à même de restituer toute la complexité des interactions sociales (Duchesne & Haegel, 2005; Kitzinger, 1994; Morgan, 1996; 1997). Pourtant, elles sont fondamentales pour appréhender l'univers épistémique et le cadre théorique à l'intérieur desquels sont nés et se sont développés les *focus groups*. De surcroît, l'on ne peut interpréter convenablement les résultats issus de cette méthode qualitative si les problèmes particuliers de validité (crédibilité et transférabilité) et de consistance (fiabilité et fidélité) qu'elle suscite ne sont pas examinés². Malgré toutes les précautions méthodologiques prises en matière de conduite des *focus groups*, un faisceau de paramètres ou de « variables parasites » influe sur la qualité de ceux-ci. Leur connaissance demeure donc fondamentale pour jauger la scientificité d'une recherche, car aucune méthode ne peut échapper aux questions portant sur la manière dont elle produit des informations et dont elle conduit à des résultats.

À nos yeux, il est judicieux d'effectuer une réflexion épistémologique sur l'usage des *focus groups* en matière de recherche sociale qualitative; c'est l'objet du présent article. Pour y parvenir, nous examinons dans un premier temps les fondements scientifiques des *focus groups*. Après avoir émis quelques considérations définitionnelles, il s'agit de démontrer le caractère éminemment scientifique de cette méthode en explorant, d'une part, les théories qui cautionnent son usage en sciences sociales et, d'autre part, son ancrage épistémologique en termes d'élucidation de problèmes de recherche. Dans un deuxième temps, la réflexion épistémologique met au jour les

problèmes de scientificité, ou biais, liés à l'utilisation des *focus groups* en recherche sociale. Ces problèmes sont illustrés par des exemples extraits de deux études de terrain dont l'une est effectuée, en Afrique, sur les effets de la décentralisation et l'autre, au Québec, sur les pratiques médiatiques. Nous terminons bien sûr par la conclusion en tirant des enseignements heuristiques et pratiques nécessaires à une meilleure administration et validation des *focus groups*.

Définition et fondements scientifiques des *focus groups*

Définir une méthode de recherche dont les usages sont multiples constitue toujours une entreprise risquée. Ainsi en est-il des *focus groups*. Cependant, malgré les multiples appellations qui les caractérisent, ils peuvent être définis de façon consensuelle, à tout le moins du point de vue de leurs caractères généraux. De surcroît, afin que l'on découvre les fondements réels de l'utilisation des *focus groups* en sciences sociales, il est primordial de mettre en évidence leurs ancrages théoriques et épistémologiques.

Des appellations multiples à une définition consensuelle

Les *focus groups* connaissent des appellations multiples en arrière-plan desquelles se cachent une variété d'usages et des traditions de recherche différentes. La dénomination d'origine, *Focused Interviews*, apparaît pour la première fois chez Merton (1946). Plus tard, en 1956, l'auteur et ses collaborateurs définissaient les procédures et problèmes liés à l'entrevue centrée. Même s'ils évoquaient l'entrevue centrée en des termes généraux, ils ont exclusivement consacré le dernier chapitre de leur livre aux *focus groups*. D'ailleurs, Merton lui-même reconnaît qu'il existe une relation historique entre la terminologie « *Focused Interview* » et l'usage actuel des *focus groups*. Mieux, le sociologue américain va plus loin et effectue un glissement sémantique puisqu'il parle de « *Focused group-interviewing* » pour souligner le point de focalisation que représente le groupe.

D'autres appellations sont repérables dans la littérature, notamment francophone, pour désigner un *focus group* : *entretien de groupe* (Boutin, 2007; Giami, 1985;), *entretien collectif* (Duchesne & Haegel, 2005). Ces traductions françaises de l'expression anglaise mettent l'accent sur le fait que les *focus groups* constituent des entretiens au même titre que les entrevues individuelles de type classique³. D'ailleurs, Merton et ses collaborateurs (1956) ne différencient pas ces deux catégories d'entrevues, car, selon eux, elles sont centrées sur des interviewés dont le chercheur veut explorer les points de vue à propos d'un sujet donné. Les différences se situeraient simplement au niveau de l'unité d'analyse considérée : soit le groupe comme cadre d'interaction, soit l'individu en tant qu'informateur. Dès lors, les *focus groups* sont considérés

comme des *groupes de discussion* (Geoffrion, 2003; Simard, 1989) ou des *groupes centrés* (*Bulletin de psychologie*, 2004) sur la discussion.

En parcourant la littérature, on se rend compte qu'il y a plusieurs façons de désigner les *focus groups*, comme l'ont rappelé plusieurs auteurs (Boutin, 2007; Duchesne & Haegel, 2005; Simard, 1989). Sans doute, cette profusion conceptuelle n'est pas sans problème⁴. Seulement, quoique leur dénomination soit variée, les entretiens collectifs signifient littéralement qu'une attention est accordée à des groupes restreints, parfois sans paroles, dont les participants discutent ouvertement sur des problématiques sociétales bien souvent définies par le chercheur selon des modalités particulières.

Selon les spécialistes, les groupes sont composés en moyenne de 6 à 12 membres, soit un nombre suffisamment important pour favoriser une discussion susceptible de générer une dynamique d'interaction, des significations partagées et des plages de divergence. On croit qu'un nombre limité de participants ne favorise pas une confrontation alors qu'un nombre trop important crée une diversion et induit des sous-groupes (Simard, 1989). Simplement, les groupes de discussion doivent pouvoir reproduire le contexte social dans lequel évoluent les participants (Kitzinger, 1994; Kitzinger, Markova & Kalampalikis, 2004; Steward, Shamdasani & Rook, 2007).

De même, le *focus group* constitue en une technique qualitative dont le but est de recueillir des discussions centrées sur des situations concrètes particulières, des sujets pertinents pour une recherche (Kitzinger et al., 2004; Morgan, 1993; Steward et al., 2007). Il demeure toujours orienté vers la collecte d'informations (Steward et al., 2007) grâce à un *stimulus* ou un guide d'entretien, semi-directif ou non directif, qui aide à susciter un débat d'opinions. Ces informations servent à des objectifs de recherche, sociale ou autres, fondamentale ou appliquée. En sciences sociales, elles permettent de répondre à des questions de recherche en vue de l'élucidation d'un phénomène social.

Le *focus group* offre finalement une tribune à des groupes marginalisés, déviants, dominés, leur permettant de prendre la parole pour s'exprimer librement. Il procède d'une entrevue centrée sur l'humain (Steward et al., 2007), participant ainsi à la conscientisation des populations sur leur propre situation (Simard, 1989).

Bien que leurs dénominations en anglais et leurs traductions dans la langue française soient diverses, les *focus groups* apparaissent chez la plupart des spécialistes comme une méthode de recherche sociale qualitative dont les ancrages théoriques sont réels et convergents, quoique souvent ignorés par les utilisateurs (Steward et al., 2007).

Ancrages théoriques des focus groups

Quels sont les courants qui ont fourni une caution théorique à l'usage des *focus groups*? La réponse à cette question demeure très délicate. En effet, elle peut être différente, selon qu'il s'agit d'une discipline ou d'une autre, du milieu professionnel ou académique.

En sciences sociales en général, la naissance des entretiens collectifs s'inscrit dans la perspective lewinienne de la dynamique des groupes (Kitzinger et al., 2004; Maisonneuve, 2002). Pour Lewin (1948), tout changement est difficile en raison de la tendance des individus à se conformer aux normes sociales. Une étude menée par le psychologue social sur les habitudes alimentaires des soldats américains montre que le groupe est au cœur du processus de changement. Le groupe aurait un caractère *sui generis*, une dynamique qui lui serait particulière, de telle sorte qu'il détermine les comportements et attitudes des individus qui s'y rattachent. Par conséquent, toute intervention psychosociologique doit prendre en compte cette dynamique pour qu'elle atteigne ses objectifs de changement.

Il est un autre cadre analytique pouvant justifier la pertinence de l'usage des *focus groups* en recherche sociale, celui de la phénoménologie sociale. D'après son initiateur, Schutz (1967), l'intersubjectivité est l'unique moyen dont dispose le chercheur pour accéder à la connaissance du social. Elle l'amène, en effet, à décrire les phénomènes tels qu'ils sont vécus et partagés par les acteurs. Pour restituer cette intersubjectivité, les groupes de discussion apparaissent comme une méthode appropriée (Morgan, 1993). Ils sont devenus, grâce à l'influence de la phénoménologie sociale, des procédés à part entière de la recherche qualitative.

Mais les *focus groups* ont été surtout développés dans la mouvance de la théorie psychosociologique des représentations sociales. Selon des auteurs (Kitzinger et al., 2004; Markova, 2003;), ils sont particulièrement pertinents dans le cadre de la perspective centrée sur les représentations sociales, car ils sont fondés sur la notion fondamentale qu'est la communication. Les représentations sociales désignent un ensemble organisé et structuré de croyances, d'opinions et d'attitudes. Fonctionnant comme un système sociocognitif, elles se construisent au sein des groupes et à travers les interactions individuelles. Aux yeux de Moscovici (1984), un des représentants les plus connus de la théorie des représentations sociales, une attention particulière doit être accordée aux conversations quotidiennes qui se déroulent dans les cafés, les clubs, etc. Aussi en tant qu'espaces de communication (Kalampalikis, 2004; Markova, 2004), les *focus groups* offrent-ils un moyen adéquat pour étudier les processus de construction, de transmission et de

transformation des représentations sociales (Jovchelovitch, 2004; Salazar Orvig & Grossen, 2004).

Nous estimons que la phénoménologie sociale, la dynamique des groupes et la théorie des représentations sociales sont au fondement des usages des entretiens collectifs. Ces cadres théoriques traduisent tout l'intérêt de ce « nouvel outil de recherche qualitative » (Morgan & Spanish, 1984) dans l'étude de problématiques sociétales complexes (Wibeck, Adelswärd & Linell, 2004) où la communication et l'interaction demeurent une dimension fondamentale. Cependant, les *focus groups* relèvent d'ancrages épistémologiques qui ne sont pas aussi convergents que leurs ancres théoriques.

Ancrages épistémologiques des focus groups

Si l'usage des *focus groups* est cautionné par les théories centrées sur la notion d'interaction sociale et de son impact sur les comportements et attitudes des acteurs, il reste que ses visées sont multiples. En sciences sociales, cette méthode de recherche qualitative est utilisée à des fins confirmatoires, exploratoires ou d'intervention (Figure 1).

Les *focus groups* comportent une dimension expérimentale indéniable. Dans une recherche expérimentale, l'enjeu est de saisir les réactions des interviewés face à une situation concrète particulière. Pour y parvenir, les éléments structurels et processuels de la situation sont analysés en tant qu'ils influent sur les expériences subjectives des acteurs. Les participants à un groupe de discussion sont censés réagir à des *stimuli* définis par le chercheur. Celui-ci observe l'écart entre les effets attendus et les effets observés et tente d'expliquer les facteurs à l'origine de cet écart. Le but ultime est de valider des données quantitatives et de vérifier des hypothèses concernant l'influence des éléments de situation selon le modèle behavioriste et hypothético-déductif. C'est dans cette perspective que s'inscrivaient Lazarsfeld et Merton, notamment lorsqu'ils étudiaient en 1941 les opinions d'un groupe composé d'une douzaine d'auditeurs de différentes émissions radiophoniques (Kalampalakis, 2004; Kitzinger et al., 2004). Merton, en particulier, appliquera en 1949 la méthode du *focus group* en analysant les réactions des soldats américains face à des *stimuli* visuels (des films) dans une perspective de propagande. Plus tard, en France, Giami (1985) inscrira l'entretien de groupe dans la tradition de la recherche expérimentale.

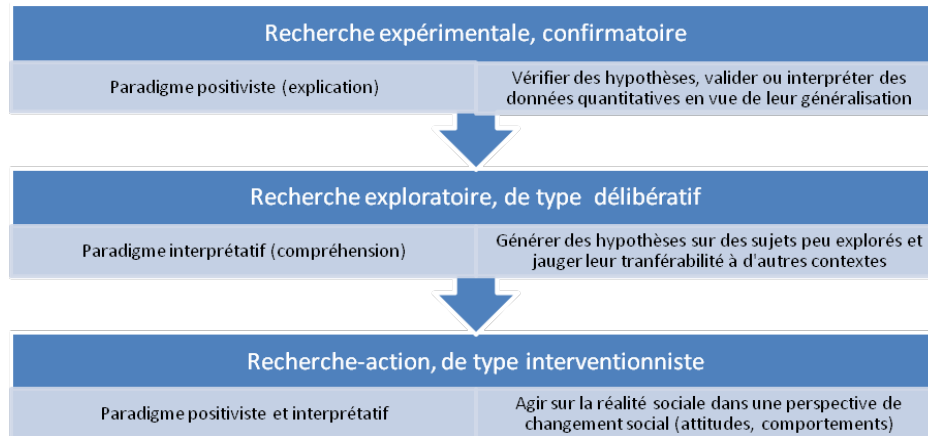


Figure 1 : Ancrages épistémologiques et visées sous-jacentes à l'usage des *focus groups*

Certes, l'origine et l'usage des *focus groups* sont inséparables de l'univers épistémique dans lequel a évolué le positivisme. Mais, de nos jours, les groupes de discussion sont davantage sollicités dans le cadre de recherches exploratoires (Deslauriers, 1991), notamment pour comprendre des perceptions, sentiments, attitudes et motivations (Edmunds, 1999). Leur usage y consiste à explorer un phénomène nouveau ou peu étudié, à générer des hypothèses émergentes et à délibérer sur des affaires locales. Ici, les *focus groups* s'ancrent dans le modèle inductif. Sans idée préconçue, sans théorie, le chercheur organise des groupes de discussion à l'issue desquels les informations obtenues en tant que produits d'interactions sociales sont, dans bien des cas, analysées dans une perspective de théorisation d'un phénomène. C'est la direction vers laquelle s'orientent de plus en plus les recherches menées sur des expériences du quotidien notamment l'identité (Baker & Hilton, 1999), des problèmes sociaux d'actualité, dont le SIDA (Orfali, 2004), des événements historiques comme les conflits (Kalampalikis, 2004).

Par ailleurs, les *focus groups* ont connu un succès remarquable dans les recherches fondées sur un ancrage épistémologique de type interventionniste. Autrement dit, ils sont utilisés dans une perspective de recherche-action ou d'intervention à des fins de changement social. Ainsi, Lewin (1948) a axé ses recherches sur la dynamique de groupe afin de comprendre les réticences des soldats américains à consommer des abats, pourtant moins coûteux que la viande. Il a démontré l'importance des groupes restreints comme objet d'analyse à l'effet d'élucider les résistances au changement, de changer des

habitudes, des comportements et des normes sociales. Dans le même ordre d'idées, Simard (1989) estime que l'usage des *focus groups* demeure particulièrement pertinent lorsqu'il s'agit d'animer, de planifier et d'évaluer des actions de développement. Selon l'auteure, cette méthode « est idéale pour effectuer une analyse de besoins, tester des scénarios d'intervention » puisqu'elle « apporte une réponse aux "pourquoi" et aux "comment" des comportements sociaux » (p.vii). Les *focus groups* ont été également utilisés par Touraine (1978) dans ses études centrées sur l'intervention sociologique. Toutefois, le sociologue français les considère moins comme des instruments de collecte d'informations que comme des moyens d'action sur la réalité sociale. Aussi, à travers l'autoanalyse par les groupes eux-mêmes, il est possible de faire ressortir la dimension conflictuelle des mouvements sociaux, dont les mobilisations estudiantines et anti-nucléaires.

Somme toute, certes les modalités méthodologiques d'administration des *focus groups* sont relativement identiques, mais les ancrages épistémologiques et les usages sont peu semblables. Pour autant qu'ils obéissent à des logiques expérimentales, exploratoires ou de recherche-action, cette méthode qualitative permet aux chercheurs de répondre à des questions relatives à des phénomènes sociaux, de comprendre ces phénomènes tels qu'ils sont vécus et perçus et d'agir sur eux dans une perspective de changement social.

Pour saisir les enjeux épistémologiques inhérents à l'usage des groupes de discussion, il ne suffit pas de mettre en exergue leurs fondements scientifiques. Il est surtout important de dévoiler les problèmes de scientificité qui découlent concrètement de leur utilisation en sciences sociales. Pour y parvenir, une première illustration de recherche est examinée.

L'usage des *focus groups* en sociologie et en contexte africain

La première recherche soumise à une réflexion épistémologique porte sur l'analyse sociopolitique des effets de la décentralisation dans une communauté rurale du Sénégal. Elle repose sur une démarche méthodologique qui a mené à l'administration de *focus groups* dans une perspective de triangulation. Nous nous proposons de relever quelques problèmes de validation des informations et résultats obtenus par ce biais.

Problématique des effets sociopolitiques de la décentralisation au Sénégal

L'étude des effets sociopolitiques de la décentralisation s'inscrit dans le cadre de notre thèse de doctorat en sociologie (Touré, 2009). Elle part de plusieurs constats. Au fait, depuis les années 1990, les politiques de décentralisation ont connu un intérêt renouvelé dans les pays du tiers-monde. Nonobstant les nombreuses recherches dont elles ont fait l'objet, leur impact dans les sociétés locales reste à explorer, en raison de la prédominance des approches

normatives et juridico-administratives. Dans ce contexte, l'analyse des effets sociopolitiques induits par la gestion décentralisée dans le monde rural sénégalais s'avère d'autant plus nécessaire que la réforme devait, dès 1987, aider à résoudre les problèmes fonciers auxquels étaient confrontés les paysans du delta du fleuve.

Aussi, après une vingtaine d'années de mise en œuvre de la décentralisation, la question se pose de savoir si la gouvernance locale s'est renforcée ou fragilisée au regard des dynamiques en cours dans la communauté rurale de Ross Béthio. Plus précisément, quels sont les dispositifs juridiques et institutionnels mis en place dans le cadre de la décentralisation du foncier? Quelles sont les caractéristiques sociologiques des différents acteurs impliqués dans la gestion foncière décentralisée? Comment s'expriment les nouvelles relations que les pouvoirs mis en scène entretiennent entre eux dans un tel contexte? Comment les populations usagères de la terre, exhortées à participer dans le nouveau processus de décision, ont-elles réagi à ce jeu politique? Quelle est la signification de ces processus eu égard à la gouvernance locale?

Notre hypothèse est que la gestion décentralisée du foncier, parce qu'elle implique plusieurs acteurs aux logiques multiples, a occasionné des effets sociopolitiques dont l'interaction contribue à la fragilisation de la gouvernance locale en milieu rural sénégalais. À l'opposé des vœux pieux des institutions internationales et nationales qui voudraient mettre la décentralisation au service d'une gouvernance locale renforcée, la réforme a occasionné des processus fragilisant l'autonomisation et la démocratisation du processus décisionnel, ainsi que l'équilibre des systèmes de production agropastoraux. Cette proposition est appuyée par un cadre théorique mixte : approche relationnelle du pouvoir, approche en termes de « ressources », approche socioanthropologique et approche constructiviste.

L'objectif principal de la recherche réalisée est de contribuer à une meilleure analyse des incidences sociopolitiques de la gestion décentralisée du foncier en zone rurale, en montrant les difficultés de l'édification d'une gouvernance locale. À cette fin, l'étude entreprise consiste à mener une analyse concrète des pratiques et perceptions des acteurs en jeu. Elle s'enracine dans une démarche méthodologique mixte menant à la collecte de données quantitatives et qualitatives. Outre l'administration de 130 questionnaires aux usagers de la terre, la réalisation de 34 entretiens individuelles auprès des élus locaux, agents étatiques, chefs traditionnels, responsables associatifs et *agrobusiness*, et le recours aux 3 grilles d'observation des processus en cours, nous avons utilisé les *focus groups*.

Les focus groups dans un contexte de triangulation

Afin de mettre en évidence les processus en lien avec la réforme décentralisatrice, le chercheur reconnaît, avec Deslauriers (1991), que l'entrevue de groupe se présente comme une technique adéquate. Il s'agit précisément d'organiser, dans chacun des trois villages ciblés, une discussion semi-dirigée au sein d'un groupe de ruraux dans le but de révéler des points de convergence et de divergence. Les participants devaient être à la fois des *leaders* paysans et des paysans « simples ». Le *focus group* utilisé comporte trois thèmes centraux, en sus, bien entendu, de l'identification sociologique des participants. Le premier thème porte sur la période précédant la décentralisation : la discussion y vise à cerner le vécu de la centralisation par les ruraux. Le deuxième thème se rapporte à la période ayant coïncidé avec l'entrée en vigueur de la décentralisation de la gestion foncière, soit de 1987 à nos jours. Les participants à l'entrevue collective étaient invités à signaler les changements qui se sont produits et qui continuent de se produire à la suite de la réforme. Ils devaient dévoiler la façon dont ils vivaient ces changements. Par la suite, il leur a été demandé de comparer les deux situations, de faire une évaluation de la gestion foncière décentralisée et d'en déduire les perspectives d'avenir.

Pour restituer la spontanéité des discours, l'échantillon constitué est un *échantillon naturel*. Les groupes restreints formés spontanément dans les villages ont été ciblés. Les discussions se sont déroulées dans les lieux publics, ou « grands-places », où les villageois se rassemblent habituellement pour discuter sur les affaires de leur terroir. Aussi s'apparentent-elles aux palabres africaines, comme le croit résolument Simard (1989). Les discussions ont été semi-dirigées : nous laissons s'exprimer librement les participants et n'intervenons que pour poser des questions, recentrer les discours et distribuer le temps de parole. Un *focus group* a été organisé dans chaque sous-zone étudiée (Tableau 1).

Les discussions de groupe ont été organisées, de façon graduelle, au cours du mois d'août et de septembre 2006. Les participants ont été sollicités alors qu'ils étaient déjà sur place en train de « palabrer ». L'interviewer a juste cherché à obtenir leur consentement. Grâce à l'aide de personnes-ressources, les participants ciblés ont accepté, sans difficulté, l'entrevue collective. Les objectifs et les retombées relatives à l'étude leur ont été présentés, conformément au feuillet de recrutement et d'information. L'interviewer leur a fourni l'assurance de la confidentialité et de la possibilité de se retirer de la discussion en tout temps ou encore de refuser de répondre à certaines

Tableau 1
Récapitulatif des groupes restreints interviewés

Villages ciblés	Désignation	Effectif des participants	Composition des groupes
<i>Ross Béthio</i>	<i>Focus group 1</i>	7	2 conseillers ruraux 1 entrepreneur agricole 1 responsable associatif 3 agriculteurs
<i>Ngnith</i>	<i>Focus group 2</i>	8	1 ex-conseiller rural 1 éleveur 6 agriculteurs
<i>Mboundoum</i>	<i>Focus group 3</i>	6	1 responsable associatif 1 responsable des jeunes 1 éleveur 3 agriculteurs

questions. Finalement, les entrevues collectives ont été réalisées et transcrites avant d'être traitées et analysées avec l'aide du logiciel Nvivo 7. Les résultats obtenus laissent apparaître quelques biais.

Quelques biais liés à l'usage des focus groups

L'analyse des données provenant des *focus groups* a révélé quelques biais liés à la sensibilité de la question de la gestion foncière locale, à la prégnance de la structuration sociale. Tous ces paramètres influent sur le déroulement des discussions de groupe et la qualité des informations produites.

D'une part, en raison des contraintes juridiques et interdictions qui encadrent la question foncière, les participants à l'entrevue collective refusaient manifestement d'être concernés par certaines pratiques. Ils sont nombreux à affirmer n'avoir jamais vendu ou loué des terres. Le caractère illégal des transactions foncières leur interdisait toute sincérité sous peine d'être pointés et dénoncés par le groupe. Pourtant, ils reconnaissent l'existence et l'importance de ces pratiques sociales, mais elles seraient le fait des autres. Les discussions de groupe ne permettaient pas aux ruraux de parler des actes concrets posés dans le contexte de la décentralisation. Étant donné que des conseillers ruraux (élus locaux) étaient présents, les paysans n'osaient pas admettre la réalité de la corruption, du clientélisme et du népotisme dans l'affectation et la désaffectation des terres par le Conseil rural. Or, une fois interviewés individuellement, la plupart d'entre eux dénonçaient de telles pratiques de

pouvoir et jetaient l'anathème sur la gestion locale. À titre d'exemple, le chef religieux interviewé n'a pas pu évaluer objectivement en groupe la gestion foncière locale : « C'est vrai que je ne suis pas du tout satisfait de la gestion de la terre par le Conseil rural. C'est à cause des autres que je ne pouvais pas adopter une attitude nihiliste. Mais, si je devais leur donner une note, ce serait zéro ».

D'autre part, nous sommes d'avis avec Simard (1989) que le *focus group* reste une méthode appropriée dans les sociétés dites « de paroles », c'est-à-dire en voie de développement, comme les sociétés africaines. Mais, il n'est pas sûr, comme elle le prétend, que les échanges entre les participants y sont essentiellement égalitaires et démocratiques. C'est du moins ce qui ressort des groupes de discussion organisés dans la communauté rurale étudiée. L'histoire méthodologique nous renseigne, en effet, que peu de contradictions ressortaient des discussions de groupe. Les participants avaient tendance à percevoir de la même façon la gestion locale, quoique le *focus group* ait mis au jour quelques différences de vue entre les diverses catégories d'acteurs impliqués dans la décentralisation. Dans le groupe de discussion organisé dans le village de Ngnith, l'*imam* (chef religieux) avait tendance non seulement à monopoliser la parole, mais encore à influencer les opinions des autres participants. En aucun cas, ceux-ci ne devaient le contrarier. Chaque fois qu'une question était posée, le chef religieux donnait son point de vue avant que les notables, élus et paysans s'expriment pour l'appuyer ou le compléter. D'ailleurs, les expressions du genre « comme le dit l'imam... », « l'imam a tout dit » abondent dans les *verbatim*.

Au fond, selon que l'entrevue est collective ou individuelle, les témoignages changent; d'où un problème de stabilité. Aussi avons-nous dû accorder plus de crédibilité et de confiance aux entretiens individuels et questionnaires qu'aux *focus groups*. Certes, le groupe de discussion ne reflétait pas fidèlement les opinions des ruraux, mais son usage a fait ressortir un double langage chez eux : d'un côté, le langage du « coup de gueule » et de l'autre, celui du « coup de cœur ». C'est ce que les psychologues désignent par « effet Hawthorne »⁵. Quoiqu'il en soit, les *focus groups* ont été validés, sinon combinés à d'autres techniques pour que les informations qu'ils ont fournies soient davantage fiables. Par exemple, les données secondaires ont été utilisées. Contrairement aux données produites par le biais de l'enquête, elles sont plus « objectives ». Il en est ainsi des procès-verbaux de délibération qui, reconnaissons-le, ne reflètent pas forcément toutes les décisions prises par les élus locaux. Il arrive que des affectations de terres soient prononcées sans faire l'objet d'une délibération *ad hoc* de la part de l'organe décentralisé, en l'occurrence le Conseil rural. Dans ce cas précis, l'entrevue individuelle et le

questionnaire permettent de dénicher des irrégularités et d'y apporter des éclairages. En outre, à chaque fois qu'une pratique était évoquée par un participant, nous avons tenté d'en jauger la crédibilité auprès des autres participants. Finalement, du croisement de plusieurs sources d'informations en découlent des recoupements à même de minorer les données erronées des *focus groups*.

Aussi surprenant que cela puisse paraître, les discussions de groupe n'ont pas révélé les positions tranchées à propos de la gestion foncière locale, contrairement aux entrevues individuelles⁶. Leur usage dans le contexte socioculturel sénégalais, marqué par un conformisme criard, suscite par conséquent des questions épistémologiques importantes, en termes d'exactitude et de consistance des résultats. Qu'en est-il du contexte québécois?

L'usage des *focus groups* en communication et en contexte québécois

L'autre recherche soumise à une réflexion épistémologique de notre part est menée dans le domaine de la communication sur les nouvelles pratiques médiatiques au Québec. Elle s'appuie sur la méthode unique des *focus groups*. Il s'agit, comme pour la précédente recherche, d'en révéler les biais en termes de validation des informations et résultats.

Problématique des nouvelles pratiques médiatiques au Québec

L'étude⁷ part du constat suivant : « (...) la production des journalistes — c'est-à-dire l'information telle que nous la consommons dans nos médias habituels — est considérée comme le contenu le plus *noble*, le plus *désintéressé* et, du point de vue du citoyen, le plus *socialement utile* » (Bernier, Demers, Lavigne, Moumouni & Watine, 2005, p. 2). Une telle conception des médias relève d'un idéalisme qui demeure, officiellement, à tout le moins, historiquement, ancré dans les mentalités des journalistes. Or, la noblesse, le désintéressement et l'utilité sociale, comme idéaux-types wébériens caractérisant le monde médiatique, ne sont pas forcément des valeurs partagées par le large public ou le sens commun. D'ailleurs, de nos jours, les médias semblent reconnaître un tel état de fait où le « pur » et le « commercial » sont concomitamment pris en compte et, parfois, opposés (Touré, 2007).

Mieux, de nouvelles pratiques en communication publique se dessinent. La compartimentation des grandes catégories de messages médiatiques, à savoir l'information, l'opinion, la communication, le divertissement et la publicité, tend vers la désuétude. Les rapports verticaux entre émetteurs et récepteurs, en matière d'information, cèdent la place à des rapports plutôt horizontaux. Dorénavant, les médias communiquent avec le public et tentent de satisfaire les besoins des divers groupes et acteurs sociaux en présence. Il s'en

suit un mélange pluriel de messages aux identités multiples : info-pub, publiereportage, etc.

Dans un tel contexte, où le système médiatique est marqué par un processus d'hybridation témoignant de sa transformation en profondeur, l'analyse des nouvelles pratiques des médias généralistes québécois (quotidiens, magazines et stations de télé et radios), du point de vue du public, est pertinente eu égard aux contenus médiatiques. Plus précisément, est-ce que les citoyens récepteurs sont à même de décoder les messages véhiculés à travers les médias pour en déceler la nature, les logiques et les finalités sous-jacentes? Quel est le sens qu'ils donnent à de tels messages? Ou comment les interprètent-ils en fonction de leurs propres valeurs? Au total, comment le public vit-il et se représente-t-il les pratiques des médias?

Afin de répondre à ces questions, des hypothèses ont été formulées. La première hypothèse, et la plus fondamentale, est celle liée à l'*apriori promotionnel* : « (...) jour après jour, les citoyens seraient conduits à démystifier les médias et leurs produits, en considérant, notamment, que tout ce qu'ils offrent (...) doit être reçu *comme un message promotionnel*, intrinsèquement intéressé et diffusé à des fins d'abord commerciales, politiques, d'éducation ou d'influence » (Bernier et al., 2005, p. 163). Dans cette optique, « tous les destinataires des messages médiatiques sont considérés comme parfaitement aptes à lire au travers des prétentions des destinataires et ainsi déceler leurs intentions réelles » (Bernier et al., 2005, p. 163). Nous sommes ainsi en présence d'un *lecteur adulte* (hypothèse 2). Selon Bernier et ses collaborateurs (2005), le citoyen est suffisamment responsable et éclairé pour faire la distinction entre les identités multiples d'un même message médiatique. De plus, c'est à lui seul de choisir de consommer ou non de l'information, par le canal qui lui paraît le plus approprié. C'est la troisième hypothèse, laquelle a trait au *lecteur souverain*. Pour vérifier ces hypothèses, la méthode unique des *focus groups* a été employée.

La méthode unique des focus groups

Dans le but de mettre en évidence le vécu au quotidien et la perception des médias par les citoyens-lecteurs québécois, la méthodologie employée se veut exclusivement qualitative. Sans entrer dans les détails, nous la décrivons suivant ses trois principales phases : la collecte, le traitement et l'analyse des données.

D'abord, le recueil des données a été fait à l'aide de cinq *focus-groups* dont la cible est le public, le citoyen lambda de la ville de Québec. Les groupes de discussion sont constitués d'une dizaine de Québécois à la situation socioprofessionnelle différente, de sexe mixte, d'âge adulte, de scolarité variant

du secondaire au 3^e cycle universitaire. Pour susciter le débat sur le thème des pratiques médiatiques, des artefacts visuels, au nombre de dix, sont présentés aux membres des groupes restreints. Les artefacts sont des extraits de journaux qui permettent la collecte d'informations sur les perceptions en interaction des participants. Par la suite, des questions leur sont posées pour approfondir et canaliser la discussion.

Une fois recueillies et transcrites, toutes les données informationnelles du corpus qualitatif sont traitées manuellement. Plus spécifiquement, elles sont classées en fonction des sous-catégories prédéterminées de la méta-catégorie « promotion ». Ces sous-catégories, au nombre de huit, sont : intérêt public, intérêt personnel du consommateur-lecteur, intérêt du média, intérêt individuel des journalistes, intérêt corporatiste, intérêt des sources non-commerciales, intérêt des sources commerciales et promotion d'intérêts divers.

Les unités de signification identifiées sous chacune des sous-catégories sont isolées et regroupées dans une fiche. Ainsi, à chaque sous-catégorie correspond une fiche. C'est justement à partir de ces sous-catégories que l'analyse des données est *principalement* menée. Il s'agit ici de nous référer à la méthode d'analyse par *catégorisation*. Elle consiste à effectuer une synthèse horizontale des *verbatim* pour chacune des huit sous-catégories. De même, nous faisons émerger du corpus les indicateurs de chaque sous-catégorie, c'est-à-dire les énoncés codifiés (codes) qui permettent de reconnaître la présence ou l'absence de la sous-catégorie. Ainsi, nous obtenons, aux termes de l'analyse, un schéma d'analyse catégorielle. Également, nous menons *incidemment* une synthèse verticale qui revient à appliquer la méthode d'analyse par *contextualisation*. Concrètement, il s'agit de faire des liens entre le contenu des discours et le contexte de leur émergence. Les éléments contextuels sont à la fois internes aux propos des citoyens (non-verbal, gestes, silence, coupure, etc.) et externes à l'entrevue collective (le type de groupe, attributs objectifs comme le sexe, le statut socioprofessionnel, le type d'info, etc.). Nous pensions qu'ils pouvaient apporter d'importants éclairages sur les pratiques des médias et faire émerger de nouvelles hypothèses insoupçonnées. Cependant, les analyses effectuées ont révélé des biais qu'il est important de souligner puisqu'ils déteignent sur la validation des résultats.

Quelques biais liés à l'usage de la méthode des focus groups

Si au sein des groupes de discussion le consensus se dégage sur la pertinence des sous-catégories de départ eu égard à l'idée de promotion comme sous-jacente aux contenus médiatiques, il n'en demeure pas moins vrai que des contradictions ont fait irruption chez les participants en interaction. En fait, les interviewés ne semblaient pas être sur la même longueur d'onde. Par exemple,

certains, moins critiques, considèrent que la publicité et le reportage font partie du journalisme. D'autres, plus critiques, les différencient même s'ils ont éprouvé de sérieuses difficultés à comprendre les nuances. Quoi qu'il en soit, les divergences de points de vue et d'appréciation ne remettent pas en cause la capacité des répondants à saisir les intérêts sous-jacents aux messages médiatiques. Simplement, elles indiquent que les *focus-groups* comportent des biais non négligeables.

D'emblée, les opinions des membres s'inter-influencent : nous avons constaté que toute nouvelle idée émise suscite l'accord d'un bon nombre de participants jusqu'à ce qu'un participant s'y oppose et trouve, du même coup, des défenseurs. Tantôt, des points de vue s'affrontent, tantôt des contradictions apparaissent chez quelques participants. Cela est lié, non à l'attitude des interviewés, mais à la nature complexe de l'entrevue collective. À ce titre, des interviews individuelles auraient révélé, chez les citoyens québécois, des représentations plus « objectives » eu égard aux médias, car les participants n'auraient pas à subir l'influence de « qui que ce soit » ou de « quoi que ce soit ». En réalité, parce qu'elle fonctionne comme ce que les psychosociologues appellent « effet de foule », l'interaction crée une situation contextuelle (Green & Hart, 1999) qui pousse les membres d'un groupe à déformer, rajouter, embellir leurs propos. D'ailleurs, le corpus qualitatif est parsemé d'hésitations (euh, silence, etc.) qui témoignent de tout le dilemme des participants qui ne peuvent en aucune façon échapper à l'influence de leurs pairs.

De plus, l'échantillonnage des artéfacts est lacunaire. En effet, la sélection des artéfacts proposés aux participants en vue de susciter la discussion a privilégié un certain nombre de thématiques mettant en vedette les politiciens, les artistes-musiciens, la mode, la technologie, l'artisanat; ce qui a nécessairement orienté le débat dans ce sens. Or, des questions escamotées, telles que les accommodements raisonnables et l'actualité internationale, occupent le devant de la scène médiatique. Elles sont au cœur de la conscience collective des Québécois au moment de l'enquête. Il semble donc que les répondants à l'entrevue collective demeurent conditionnés par les *stimuli*. Ils sont incapables d'interagir sur des questions autres que celles suscitées par les artéfacts. Ce déterminisme de type behavioriste limite considérablement la spontanéité et la liberté d'expression des participants à l'entrevue collective.

Au reste, rien ne garantit que les résultats obtenus sur un échantillon de cinq (5) *focus-groups*, composés essentiellement de Québécois⁸, seraient valides si l'étude était reproduite sur d'autres populations. Nous ne tenterons pas de convoquer des études menées sur la problématique des pratiques des

médias généralistes. Par contre, nous nous contenterons de soulever des questions d'ordre épistémologique. D'un côté, que donnerait la recherche si elle portait sur d'autres participants? Il n'est pas sûr que les résultats seraient les mêmes si d'autres Québécois avaient formé les groupes de discussion, car l'interaction y serait d'une autre nature. Chaque groupe de discussion est particulier, notamment en raison des caractéristiques des individus qui la composent et du type de communication qui s'y déroule. D'un autre côté, que seraient les résultats d'une étude qui s'intéresserait aux représentations que d'autres populations (francophones ou anglophones) se font des pratiques médiatiques? Il est vrai que le Québec est une nation où les citoyens appartiennent à une mémoire collective très structurée et structurante, pour parler comme Bourdieu (1987). Les raisons sont à chercher du côté de l'histoire, de la domination de la langue française et de la menace qui pèse sur elle. Ce faisant, il se peut que les Québécois aient plus ou moins les mêmes représentations des pratiques médiatiques même si, par ailleurs, la présente étude nous a montré combien l'opposition des pôles fédéraliste et nationaliste a gagné les médias. En ce qui concerne les provinces anglophones, nous croyons que, même s'il y a de fortes chances que l'*a posteriori* promotionnel y soit valide, il reste que les intérêts sous-jacents n'auront pas la même configuration et la même hiérarchisation que celles à l'œuvre dans la société québécoise. Quoi qu'il en soit, il est fort plausible que les huit (8) intérêts soulevés par l'étude soient révélés dans d'autres circonstances, même s'il faut prendre en compte les différences historiques entre le Québec et le reste du Canada.

L'usage des *focus groups*, somme toute, offre peu de possibilités de transférabilité des résultats. Certes, l'évaluation de l'hypothèse centrale indique qu'elle est vérifiée. L'interprétation des résultats nous laisse croire que l'*a priori* promotionnel demeure fondé⁹. Seulement, ces résultats ne sont valables que pour l'échantillon qualitatif des cinq *focus groups*. Nous ne pouvons dire, avec certitude, qu'ils sont transposables à d'autres contextes.

Conclusion : L'interaction dans les *focus groups*

Les deux études précédemment examinées comportent des biais non négligeables révélés par l'usage de la méthode du *focus group*. Pourtant, plusieurs paramètres les différencient : le contexte social et disciplinaire, l'échantillonnage, la stratégie de recherche, le degré de sensibilité des sujets traités, le prétexte de la discussion (Tableau 2).

Nonobstant les différences qui les séparent, les deux recherches se rallient en un point commun : elles posent le problème de l'interaction entre les participants des groupes de discussion. En effet, plus qu'un espace de pensée et d'argumentation (Wibeck et al., 2004), voire de communication, les *focus*

Tableau 2
 Comparaison des *focus groups* utilisés dans les deux études

Paramètres de comparaison	<i>Focus groups</i> Étude 1	<i>Focus groups</i> Étude 2
<i>Contexte social</i>	Contexte sénégalais (communautarisme, détermination)	Contexte québécois (individualisme, autonomie)
<i>Domaine d'étude</i>	Sociologie politique et socioanthropologie du développement	Communication et information
<i>Stratégie de recherche</i>	Triangulation des <i>focus groups</i> avec d'autres techniques	<i>Focus group</i> comme méthode unique de collecte
<i>Échantillonnage</i>	Groupe naturel	Groupe artificiel ou créé
<i>Degré de sensibilité des sujets traités</i>	Sujets très sensibles (le foncier et la gouvernance)	Sujets moins sensibles (les médias et leurs pratiques)
<i>Prétexte de la discussion</i>	Questions semi-structurées posées aux participants	Stimuli (artéfacts soumis aux participants)

groups apparaissent comme un lieu d'interaction. Or, autant l'interaction est idéale pour amener les participants à exprimer leurs points de vue au sein d'un contexte social spécifique (Kitzinger, 1994), qu'il s'agisse de divergences ou de convergences, autant elle fonctionne comme « effet Hawthorne » et « effet de foule », créant ainsi une situation contextuelle qui pousse les membres d'un groupe restreint à varier leurs propos. En dehors de ces effets liés à la dynamique de groupe, d'autres facteurs contextuels influent sur l'interaction (Green & Hart, 1999), dont les caractéristiques sociologiques des membres des groupes ciblés (Stewart et al., 2007), l'environnement social (Stewart et al., 2007) et les problématiques sociétales étudiées (Babour & Kitzinger, 1999). C'est ce qui est ressorti de l'examen de deux recherches menées, pourtant, dans des contextes socioculturels, disciplinaires et méthodologiques différents. Comme Baker et Hinton (1999), nous estimons que les groupes de discussion, en recherche sociale, ne favorisent pas toujours une participation significative, égalitaire et équitable. Bien qu'ils s'ancrent dans des théories et des paradigmes divers et qu'ils soient des procédés de production de la connaissance scientifique, ils offrent peu de possibilités en termes de crédibilité, de stabilité et de transférabilité des résultats. Pour garantir la valeur scientifique d'une

recherche qualitative sociale basée sur l'analyse de données de *focus groups*, un certain nombre de précautions doivent être prises en compte¹⁰.

Tout d'abord, l'entretien collectif ne semble pas adéquat pour collecter des informations sur des sujets très sensibles ou chargés symboliquement. Ainsi en est-il de la gestion foncière locale, des questions ayant trait à la sexualité. En tout état de cause, le chercheur devrait accorder une attention importante aux tabous et silences (Kitzinger et al., 2004), tout en multipliant le nombre de groupes interviewés à des fins de comparaison. Également, pour qu'ils soient crédibles, les résultats doivent être entérinés par les répondants.

Ensuite, il est important de connaître les rapports sociaux de domination (genre, statut, etc.) au sein d'une communauté avant d'y administrer des *focus groups*, car ceux-ci intègrent la différenciation sociale. Autrement dit, la hiérarchie au sein d'un groupe peut influencer sur les données (Kitzinger et al., 2004). Selon nous, il ne s'agit pas d'opter pour une homogénéisation outrancière des attributs des participants, comme le recommandent certains auteurs (Babour & Kitzinger, 1999; Duchesne & Haegel, 2005). Toutefois, il peut être judicieux de confronter des acteurs aux attributs divers afin d'obtenir une vision plus large et plus nuancée du phénomène étudié.

Enfin, ainsi que le suggèrent certains chercheurs (Babour & Kitzinger, 1999; Merton, Fiske & Kendall, 1956), les *focus groups* devraient être utilisés dans une perspective de triangulation. Non seulement ils n'éclairent qu'une partie de la réalité sociale, mais ils la déforment même parfois. Pour compenser ces lacunes, il est primordial de combiner les groupes de discussion avec des entrevues individuelles, des grilles d'observation, des données secondaires ou des questionnaires.

Ces précautions méthodologiques traduisent les enseignements de notre réflexion épistémologique sur l'usage des *focus groups*. Encore faudrait-il qu'elles soient considérées à leur juste valeur, car, en définitive, l'interaction entre acteurs reste toujours contextuelle, imprévisible et difficilement saisissable.

Notes

¹ À titre d'exemple, on peut citer en particulier la publication en 6 volumes d'un important ouvrage de Morgan et Krueger intitulé *The focus group kit* (1998) : *The focus group guidebook* (vol. 1), *Planning focus groups* (vol. 2), *Developing questions for focus groups* (vol. 3), *Moderating focus group* (vol. 4), *Involving community members in focus groups* (vol. 5), *Analysing and reporting focus groups results* (vol. 6).

² Pour qu'une recherche qualitative soit valide, elle doit respecter au moins ces critères de scientificité définis par plusieurs auteurs, dont Guba (1981) et Deslauriers (1991).

³ Les entretiens peuvent être de face à face tout comme ils peuvent être menés par téléphone, par Internet ou par vidéo (Edmunds, 1999).

⁴ Aussi, certains auteurs, y compris Simard (1989), préfèrent utiliser le terme anglais « *focus group* » devant la variété des appellations et la difficulté des spécialistes à s'entendre sur une traduction française commune.

⁵ Les répondants à l'entrevue collective avaient tendance à déformer leurs propres propos. Ils étaient conscients de participer à une recherche où une attention toute spéciale leur était portée, notamment par le chercheur et le groupe lui-même.

⁶ La question foncière divisait élus locaux et simples paysans. Les premiers avaient tendance à considérer la gestion foncière comme satisfaisante alors que les seconds jetaient souvent l'anathème sur le mode de gestion locale. C'est du moins ce que révèlent les entrevues individuelles et les questionnaires.

⁷ Cette recherche a été menée par une équipe de chercheurs du département de communication et d'information de l'Université Laval. Sous la direction de Charles Moumouni, notre tâche consistait à traiter et analyser les données provenant des *focus groups* ainsi qu'à produire un rapport.

⁸ Il n'y a que cinq répondants qui viennent d'une destination autre que le Québec sur un total de 47.

⁹ En fait, tout contenu médiatique repose sur un message promotionnel. Les médias généralistes ont une vision intéressée de l'information et de la communication, que l'intérêt soit matériel ou non, financier ou symbolique. Dans bien des cas, ils visent à promouvoir « quelque chose » ou « quelqu'un ». De ce point de vue, la noblesse et le désintéressement ne sont plus des catégories pertinentes dans les messages médiatiques.

¹⁰ Bien loin de nous l'idée de remettre en cause la scientificité des *focus groups* et leur capacité à fournir des réponses aux questions de recherche posées. Simplement, cette méthode suscite des biais particuliers qui entachent la validité de la recherche. Il est important que les utilisateurs le sachent afin de les minorer.

Références

Babour, R., & Kitzinger, J. (1999). *Developing focus group research : Politics, theory and practice*. Londres : Sage.

- Baker, R., & Hinton, R. (1999). Do focus groups facilitate meaningful participation in social research? Dans R. Barbour, & J. Kitzinger (Éds), *Developing focus group research : politics, theory and practice* (pp. 79-98). Londres : Sage.
- Bernier, M.-F., Demers, F., Lavigne, A., Moumouni, C., & Watine, T. (2005). *Pratiques novatrices en communication publique*. Québec : PUL.
- Bourdieu, P. (1987). *Choses dites*. Paris : Minuit.
- Boutin, G. (2007). *L'entretien de groupe en recherche et formation*. Montréal : Éditions Nouvelles AMS.
- Deslauriers, J.-P. (1991). *Recherche qualitative. Guide pratique*. Montréal : McGraw-Hill.
- Duchesne, S., & Haegel, F. (2005). *L'enquête et ses méthodes. L'entretien collectif*. Paris : Armand Colin.
- Edmunds, H. (1999). *The focus group : Research handbook*. Chicago : NTC Business Books/American Marketing Association.
- Geoffrion, P. (2003). Le groupe de discussion. Dans B. Gauthier (Dir.), *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données* (4e éd.) (pp. 333-356). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Giami, A. (1985). L'entretien de groupe. Dans A. Blanchet (Éd.), *L'entretien dans les sciences sociales* (pp. 221-233). Paris : Dunod.
- Green, J., & Hart, L. (1999). The impact of context on data. Dans R. Barbour, & J. Kitzinger, *Developing focus group research : politics, theory and practice* (pp. 21-35). Londres : Sage.
- Guba, E.G. (1981). Criteria for assessing the trustworthiness of naturalistic inquiries. *Educational communication and technology journal*, 29(2), 75-91.
- Jovchelovitch, S. (2004). Contextualiser les focus groups : comprendre les groupes et les cultures dans la recherche sur les représentations. *Bulletin de psychologie*, 471(3), 245-252.
- Kalampalikis, N. (2004). Les focus groups, lieux d'ancrages. *Bulletin de psychologie*, 471(3), 281-289.
- Kitzinger, J. (1994). The methodology of focus groups : The importance of interaction between research participants. *Sociology of health and illness*, 16, 103-121.

- Kitzinger, J., Markova, I., & Kalampalikis, N. (2004). Qu'est-ce que les focus groups. *Bulletin de psychologie*, 471(3), 237-243.
- Lewin, K. (1948). *Resolving social conflict. Selected papers on groups dynamics*. New York : Harper and Row.
- Lunt, P., & Livingston, S. (1996). Rethinking the focus group in media and communications research. *Journal of communication*, 46, 79-98.
- Maisonneuve, J. (2002). *La dynamique des groupes*. Paris : PUF.
- Markova, I. (2003). Les focus groups. Dans S. Moscovici, & F. Buschini (Dir.). *Les méthodes des sciences humaines* (pp. 221-242). Paris : PUF.
- Markova, I. (2004). Langage et communication en psychologie sociale : dialoguer dans les focus groups. *Bulletin de psychologie*, 471(3), 231-236.
- Merton, R.K., & Kendall, P.L. (1946). The focused interview. *American sociological review*, 56(6), 541-557.
- Merton, R.K., Fiske, M. & Kendall, P.L. (1956). *The focused interview : a manual of problems and procedures* (2^e éd.). New York/London : The Free Press/Collier Manmillan Publishers.
- Morgan, D.L. (Éd.) (1993). *Successful focus groups. Advancing the state of the art*. London : Newbury Park.
- Morgan, D.L. (1996). Focus group. *Annual review of sociology*, 22, 129-152.
- Morgan, D.L. (1997). *Focus group as qualitative research*. Newbury Park : Sage.
- Morgan, D.L., & Spanish, M.T. (1984). Focus groups : A new tool for qualitative research. *Qualitative sociology*, 7(3), 253-270.
- Morgan, D.L., & Krueger, R.A. (1998). *The focus group kit*. London : Sage.
- Moscovici, S. (1984). The phenomenon of social representations. Dans R.M. Farr, & S. Moscovici (Éds), *Social representations* (pp. 3-69). Cambridge : Cambridge University Press.
- Orfali, B. (2004). A typology of focus groups in the dilemma about AIDS: the role of a spontaneous conderate. *Bulletin of psychology*, 471(3), 273-279.
- Salazar Orvig, A., & Grossen, M. (2004). Représentations sociales et analyse du discours produit dans les focus groups : un point de vue dialogique. *Bulletin de psychologie*, 471(3), 263-272.
- Schutz, A. (1967). *The phenomenology of the social world*. Evanston, IL. : North-Western University Press.

- Simard, G. (1989). *Animer, planifier et évaluer l'action : la méthode du « focus group »*. Laval : Mondia.
- Stewart, D., Shamdasani, P., & Rook, D.V. (2007). *Focus groups : Theory and practice* (2^e éd.). London/New Delhi : Sage.
- Touraine, A. (1978). *La voix et le regard*. Paris : Seuil.
- Touré, E.H. (2007). *Synthèse et analyse des données issues de l'administration de 5 focus groups au public québécois dans le cadre d'une étude portant sur les nouvelles pratiques médiatiques*. Compte rendu. Québec : Université Laval.
- Touré, E.H. (2009). *La gouvernance locale à l'épreuve de la décentralisation. Étude des effets sociopolitiques induits par la gestion foncière décentralisée dans la communauté rurale de Ross Béthio*. Thèse de doctorat inédite, Université Laval.
- Wibeck V., Adelswärd, V., & Linell, P. (2004). Comprendre la complexité : les focus groups comme espace de pensée et d'argumentation sur les aliments génétiquement modifiés. *Bulletin de psychologie*, 471(3), 253-261.

El Hadj Touré est professionnel de recherche au Département d'information et de communication de l'Université Laval. Il est titulaire d'un doctorat de sociologie (Laval) et d'un diplôme d'études approfondies en sociologie (Saint-Louis, Sénégal). Ses domaines d'intérêt concernent l'épistémologie, la méthodologie de la recherche, la sociologie du développement et la communication pour le développement. La plupart de ses contrats de recherche portent sur l'analyse de données qualitatives se rapportant à diverses thématiques, dont la mise en place du plan stratégique de la Faculté des sciences de l'éducation (Laval), le Nouveau partenariat pour le développement de l'Afrique et les nouvelles pratiques médiatiques au Québec.