

# La méthode de recherche du focus group en milieu scolaire avec des élèves

## Introduction

Cette fiche méthodologique a pour objectif d'aider la communauté scolaire à identifier les points de réflexion ainsi que les avantages et les inconvénients à considérer lorsqu'on veut recueillir des données par le biais de l'entretien collectif (focus group).

Le focus group est une technique qualitative d'enquête de groupe qui vise à collecter des informations sur un sujet ciblé, comme les opinions, les expériences ou bien les motivations des participants. Ce dispositif de recherche permet également d'évaluer les satisfactions et attentes du groupe.

L'entretien de groupe présente l'avantage que le/la chercheur(e) a accès à plus de participant(e)s à la fois qu'en menant des entretiens individuels, mais en même temps les opinions et expériences d'une personne ne vont pas être étudiées avec autant de profondeur que lors de ces derniers.

Il est important de préciser que l'entrevue de groupe repose sur l'interaction entre les participant(e)s, ce qui génère des informations sur les opinions et émotions que les participant(e)s éprouvent. La dynamique de groupe stimule l'émergence des connaissances et opinions comme une réaction en chaîne grâce à la multitude des personnes. Les données générées portent sur plusieurs points de vue issus de la discussion entre les participants. De même, les participants peuvent se souvenir des éléments de leurs expériences en écoutant les autres répondants raconter les leurs.

## La préparation des entretiens de groupe

### Echantillonnage

Les focus groups comprennent en général entre 4 et 12 personnes qui discutent ensemble autour des questions posées, en fonction des objectifs de l'étude. Lorsqu'on constitue un entretien collectif, il faut tenir compte de la manière dont les jeunes se réunissent en règle générale, s'ils sont habitués à des groupes larges ou s'ils/elles préfèrent se réunir en petit comité.

Le mode de sélection des participant(e)s est fonctionnel, car le choix des répondant(e)s se fait en fonction des personnes qu'on considère aptes à fournir les informations dont on a besoin. Par exemple, si on s'intéresse aux raisons de décrochage des jeunes, il faudrait cibler les répondant(e)s afin de retenir les jeunes présentant des signes de désengagement scolaire, qui peut conduire à un décrochage scolaire. Une sélection de type aléatoire ne serait pas efficace, car il se pourrait que l'échantillon ne comprenne aucun(e) participant(e) faisant face à des obstacles scolaires.

La sélection des participant(e)s est d'une importance cruciale, puisque l'homogénéité du groupe favorise (ou non) la bonne conduite du focus group. Dans cet état, cela aide à réduire les relations de pouvoir et même les barrières sociales. Afin de favoriser les échanges, les participant(e)s devraient être dans la même tranche d'âge, avoir des intérêts et des caractéristiques psychologiques similaires et en lien avec le thème abordé.

La présence de personnes connues accompagnant les participant(e)s peut s'avérer utile afin de faciliter l'expression des personnes qui ont une déficience intellectuelle.

Afin que les jeunes répondant(e)s ne se laissent pas influencer par les autres participants, il est conseillé de les grouper en fonction de leur genre et de choisir un(e) modérateur/modératrice du même genre que les participant(e)s, dans les cas où les groupes sont constitués en fonction du genre (Daley 2013).

### **Questions**

Le guide d'entretien comporte 5-6 questions ouvertes qui vont du général vers le spécifique.

Exemples de questions qui encouragent les participant(e)s à s'exprimer librement et approfondir le débat :

- Qu'est-ce que les autres en pensent ?
- Est-ce que les autres sont d'accord ?
- Est-ce que vous pensez autre chose ?
- Quelle est votre expérience personnelle par rapport à... ?
- C'est très intéressant
- Dites-moi plus

Il est important de ne pas surcharger les répondant(e)s d'appréciation, puisqu'ils/elles seront moins enclin(ne)s à raconter des éléments qu'ils/elles considéreront moins appréciables (Adler et al 2019).

### **Temps et lieu**

Le temps et le lieu concourent vivement au bon déroulement de la discussion.

A cause des horaires de cours, les jeunes risquent d'être fatigué(e)s en fin d'après-midi, après les cours. Il convient donc de mener l'entretien pendant la pause midi en offrant un mode de dédommagement. Un sandwich et une boisson offerts avant le focus group permettraient aux participant(e)s de mieux se connaître, ce qui va les rendre plus à l'aise dans le groupe.

L'endroit où se tient l'entretien en groupe focalisé doit être choisi avec beaucoup d'attention. En général, il est important qu'il soit familier aux participant(e)s. De ce fait, les entretiens peuvent se dérouler dans une salle de classe afin de garder un cadre professionnel pour que les participant(e)s prêtent attention à la conversation. Il est également important que les répondant(e) soient assis à une table ronde pour qu'ils/elles puissent tous/toutes se voir. Si les sujets abordés sont de nature sensible, la présence d'un(e) enseignant(e) apprécié(e) par les élèves, qui pourrait les mettre plus à l'aise, s'impose.

En même temps, il faut aussi penser au fait que pour des étudiant(e)s en difficulté, une salle de classe peut être synonyme d'expériences négatives à cause de mauvaises notes ou des échanges avec les enseignant(e)s. Dans ce cas, il est donc préférable de mener l'entretien dans un cadre neutre, comme dans un parc (lors d'un pique-nique) ou bien en ligne.

## **D'un coup d'œil**

### *Entretiens collectifs en ligne*

*L'environnement en ligne est adapté au recueil d'informations. En effet, Stover (2012) met en évidence les avantages de l'usage d'Internet pour les entretiens de groupe. Les entretiens collectifs réalisés via l'outil Internet sont moins intrusifs, ce qui permet aux participant(e)s dit(e)s vulnérables de se sentir « empowered » car ils/elles ne sont pas présent(e)s dans une salle et ne doivent pas être autour des gens qu'ils/elles n'apprécient pas. Le style de communication peut donc être plus décontracté, ce qui favorise la communication des sentiments les plus profonds des répondant(e)s (Maubisson et Abaidi 2011). En créant un cadre anonyme via Internet, ainsi que par l'absence physique de l'enquêteur(euse), les jeunes se sentent donc plus à l'aise et seront plus enclin(ne)s à partager leurs opinions et discuter librement des sujets proposés.*

*Les focus groups en ligne sont souvent préférés pour mener des recherches sur des populations marginalisées, vulnérables ou jeunes. En effet, les adolescent(e)s ont tendance à bien aimer les outils technologiques interactifs. C'est la raison pour laquelle Andréani et Conchon (2001) indiquent que ce type d'étude présente l'avantage de fournir un support interactif à travers les outils de communication tels que l'image, la vidéo ou bien le son.*

*De plus, les jeunes sont souvent limité(e)s en ce qui concerne le temps et les moyens de transport. Par conséquent, ils/elles sont en général nombreux/ses à utiliser les plateformes en ligne. Néanmoins, les focus groups en ligne présentent des limites en ce qui concerne l'analyse de la dynamique de groupe, qui est plus facile à cerner en présentiel.*

## **Ethique**

Pour des raisons d'éthique, une lettre d'information sur la recherche et la manière dont les résultats seront utilisés, ainsi qu'un formulaire de consentement, doit être remis aux participant(e)s.

Le consentement éclairé et libre des personnes sollicitées doit être recueilli préalablement à leur inclusion dans le focus group. Par le biais de ce document, les participant(e)s sont informé(e)s que 1) leur participation est volontaire, 2) ils/elles peuvent se retirer à tout moment de l'entretien, et 3) les données sont confidentielles.

La confidentialité des participants n'est pas toujours garantie. Ceci est dû au fait que les participants eux-mêmes peuvent ne pas respecter les principes de confidentialité et donc discuter des autres participants, ainsi que des sujets abordés pendant le focus group (des échanges qui sont des données à caractère personnel) avec des personnes qui n'ont pas fait partie de l'entretien collectif.

Un moyen de protéger l'anonymité des participants est d'organiser des focus groups en ligne audio, sans le visuel (Brown et al 2021). Les participant(e)s peuvent employer des pseudonymes ou ne pas employer leurs noms.

Dans les cas où les participant(e)s n'ont pas encore atteint leur majorité, l'autorisation des parents est nécessaire afin de les inclure dans les focus groups.

## Le recueil des données

Force est de souligner l'importance de la mise en place de stratégies, avant que le focus group ne commence, consistant à mettre les participant(e)s à l'aise afin de favoriser les conditions d'une expression la plus libre possible. Vous trouverez ci-dessous quatre exemples de méthodes à utiliser afin de créer un cadre de confiance entre les participant(e)s et le/la modérateur/ric(e) et les participant(e)s eux/elles-mêmes :

- Briser la glace au début de l'entretien (tous les participant(e)s commencent par se présenter) ;
- Toutes les personnes concernées peuvent faire une activité, comme le visionnement d'un court métrage en relation avec le thème de l'entretien de groupe. Ceci va par la suite déboucher sur une discussion, qui prend la forme du focus group ;
- Les méthodes visuelles, telle que la photo-élicitation peut également inciter les jeunes à parler ; et
- La mise en place de jeux collectifs est utile pour la création d'un sentiment de groupe, surtout lorsque les jeunes ne se connaissent pas. Ceci contribue à la cohésion de groupe et décroît l'anxiété afin de libérer la parole des jeunes.

Le/la modérateur/ric(e) doit avoir des connaissances quant à la dynamique de groupe et aux techniques de communication puisque le but est de rendre les étudiant(e)s à l'aise pour qu'ils/elles partagent leurs points de vue et expériences.

L'entretien de groupe doit être enregistré et complété par une prise de notes, faite par un(e) observateur/ric(e). L'observateur/ric(e) peut être également en charge de noter les aspects non verbaux et relationnels observés pendant l'entretien/l'exercice.

## L'analyse des focus groups

Lors d'une réunion-bilan entre le/la modérateur/ric(e) et l'observateur/ric(e) juste après la fin de l'entrevue collective, ils/elles doivent faire une analyse du déroulement des entretiens.

Le groupe focalisé est un instrument de collecte de données. Afin de s'approprier le contenu, il faut relire les notes, réécouter l'enregistrement et retranscrire verbatim (mot à mot) les discussions enregistrées.

Ensuite, il faudrait découvrir les principales opinions/expériences exprimées par les participant(e)s et dégager les thèmes principaux abordés. Sous Word, on peut facilement créer un tableau qui reprend les thèmes ainsi que les paragraphes qui y correspondent (à voir ci-dessous). Il faudrait se souvenir de mettre également le pseudonyme/numéro du/de la participant(e).<sup>1</sup>

(Thème) Supports de cours « des exercices bien structurés » (Participant 1)	(Thème) Relation enfant-enseignant « cela nous fait plaisir, en tant qu'élèves, d'avoir un(e) enseignant(e) aussi motivée » (Participant 2)
--	--

Ensuite, il faudrait paraphraser et analyser les informations, afin de les synthétiser.

<sup>1</sup> Pour aller plus loin quant à l'analyse des données : Baribeau, C. (2009). Analyse de données des entretiens de groupe. *Recherches Qualitatives*, 28 (1), 133-148 [http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/edition\\_reguliere/numero28\(1\)/baribeau\(28\)1.pdf](http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/edition_reguliere/numero28(1)/baribeau(28)1.pdf)



## **D'un coup d'œil**

*Saisir les points de vue des jeunes par la pratique théâtrale d'improvisation*

*Norris et al (2012) mettent en avant la mise en place de la méthode du théâtre interactif (« interactive performance ») à utiliser avec les adolescent(e)s, plutôt que les focus groups traditionnels. Cette méthode de recherche participative et collaborative est adaptée pour enquêter sur des adolescent(e)s (même) vulnérables et lorsqu'on veut aborder des thèmes à caractère sensible. Par le biais de cette démarche, les jeunes se laissent prendre au jeu et peuvent parler librement de leurs expériences. Ceci est très important lorsqu'on travaille avec des jeunes, car l'adolescence est souvent une période de conformité aux pairs. De plus, au lycée, les adolescent(e)s sont souvent gêné(e)s par les face-à-face lors de l'entretien (Armagnague et Rigoni 2016).*

*Cette pratique théâtrale d'improvisation est d'inspiration militante a pour but d'« empower » les spectateurs/rices, en leur donnant le contrôle sur les expériences théâtrales et en les transformant en observateur/rices et participant(e)s à la fois. Cette technique consiste à accompagner les participant(e)s, à mettre en mot leurs propres expériences.*

*Dans ce cadre, les acteurs/rices commencent la production. Par exemple, « Un jour, un enfant plus grand s'est moqué d'eux à l'école à cause de leur coupe de cheveux ». Ensuite, le public est amené à réagir afin de continuer la pièce théâtrale. A cet effet, les acteurs/rices demandent aux participant(e)s de parler de leurs expériences de harcèlement et enfin de continuer le matériau narratif. La pièce de théâtre se modifie donc au fur et à mesure des témoignages récoltés. Les acteurs/rices peuvent mettre en scène les témoignages des participant(e)s, en recréant la narration par le biais des gestes ou en intervenant à l'oral. Prenons un exemple : l'acteur/rice peut demander au/à la participant(e) « Tu as été bouche bée lorsqu'on t'a dit/fait ça ? ». L'acteur/rice peut également faire semblant de fermer ses yeux afin de montrer son mécontentement.*

*Par la suite, l'acteur/rice va demander aux participants de raconter des événements similaires qui leur sont arrivés, ainsi que le comportement des gens envers eux.*

## **D'un coup d'œil**

### **Avantages du focus group**

*Le faible coût.*

*Economique en temps de recueil de données.*

*Saisie des modes d'interaction entre les participant(e)s.*

### **Désavantages du focus group**

*La retranscription des données est longue.*

*Risque de domination de certain(e)s participant(e)s qui va de pair avec l'exclusion des points de vue des plus timides.*

*Réticence à exprimer des idées personnelles.*

*L'anonymité ne peut pas être garantie.*

*Les participant(e)s peuvent se laisser influencer par l'opinion du groupe, ce qui peut biaiser les résultats.*

*Découragement de ceux/celles qui n'ont pas de compétences en matière de communication.*

*Difficile à assembler.*

## Bibliographie

Adler, K., Salanterä, S., & Zumstein-Shaha, M. (2019). Focus Group Interviews in Child, Youth, and Parent Research: An Integrative Literature Review. *International Journal of Qualitative Methods*. <https://doi.org/10.1177/1609406919887274>

Andréani J.-C. & Conchon F. (2001). *Les études qualitatives en marketing*. Paris : Chambre de commerce et d'industrie.

Armagnague-Roucher M. & Rigoni I. (2016). Saisir le point de vue de l'enfant. Enquêter sur la participation socioscolaire des élèves migrants. *Recherches Qualitatives, ARQ Association pour la Recherche Qualitative. Hors-série*, 311-329.

Baribeau, C. (2009). Analyse des données des entretiens de groupe. *Recherches Qualitatives*, 28(1), 133-148.

Brown, C. A., Revette, A. C., de Ferranti, S. D., Fontenot, H. B., & Gooding, H. C. (2021). Conducting Web-Based Focus Groups with Adolescents and Young Adults. *International Journal of Qualitative Methods*. <https://doi.org/10.1177/1609406921996872>

Daley A. M. (2013). Adolescent-friendly remedies for the challenges of focus group research. *Western journal of nursing research*, 35(8), 1043–1059. <https://doi.org/10.1177/0193945913483881>

Maubisson, L. & Abaidi, I. (2011). E-terview & interview : étude comparative de méthodes de recueil de données online & offline. *Management & Avenir*, 4(4), 165-186. <https://doi.org/10.3917/mav.044.0165>

Norris, A. E., Aroian, K. J., Warren, S., & Wirth, J. (2012). Interactive performance and focus groups with adolescents: The power of play. *Research in Nursing & Health*, 35(6), 671–679. <https://doi.org/10.1002/nur.21509>

Stover, C. M. (2012). The Use of Online Synchronous Focus Groups in a Sample of Lesbian, Gay, and Bisexual College Students. *CIN: Computers, Informatics, Nursing*, 30(8), 395–399. <https://doi.org/10.1097/nxn.0b013e3182636921>

Claudia Paraschivescu