

volume 29, numéro 1

Recherches qualitatives

Entretiens de groupe : concepts, usages et ancrages I

Sous la direction de

François Guillemette, Jason Luckerhoff et Colette Baribeau

ARQ Association pour la
recherche qualitative

www.recherche-qualitative.qc.ca/revue.html

Table des matières

Introduction

Les entretiens de groupe

Colette Baribeau, Jason Luckerhoff, François Guillemette1

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

El Hadj Touré5

L'entretien de groupe :

considérations théoriques et méthodologiques

Colette Baribeau, Mélanie Germain28

Formats des groupes et types de discussion dans la recherche sociale qualitative

Andrés Davila, Mario Domínguez50

Entretien de groupe dans *Second Life*

Guillaume Hervet, Leila El Kamel, Benny Rigaux-Bricmont69

L'utilisation des groupes de discussion en marketing commercial et social

June Marchand, Claude Giroux99

RECHERCHES QUALITATIVES – Vol. 29(1), 2010.

ENTRETIENS DE GROUPE : CONCEPTS, USAGES ET ANCRAGES

ISSN 1715-8702 - <http://www.recherche-qualitative.qc.ca/Revue.html>

© 2010 Association pour la recherche qualitative



Social Sciences and Humanities
Research Council of Canada

Conseil de recherches en
sciences humaines du Canada

Canada

*La tentation de la généralisation :
Retour réflexif sur cinq focus group*
François Demers110

Notes de chercheurs en méthodologies qualitatives

*La maquette d'un entretien. Son importance dans le bon déroulement
de l'entretien et dans la collecte de données de qualité*
Jean-Marie Van der Maren129

Hors-thèmes

*Une recherche collaborative en contexte d'entreprise d'insertion :
de l'idéal au possible*
Bruno Bourassa, Chantal Leclerc, Geneviève Fournier140

*L'utilisation des données médiatiques en recherche qualitative :
contexte d'histoire immédiate, informations pertinentes et arènes de
négociation*
Louise Fines165

Introduction

Les entretiens de groupe

Colette Baribeau, Ph.D.

Université du Québec à Trois-Rivières

Jason Luckerhoff, Doctorant

Université du Québec à Trois-Rivières

François Guillemette, Ph.D.

Université du Québec à Trois-Rivières

L'usage de l'entretien de groupe occupe une place de plus en plus importante en recherche qualitative. Il constitue fréquemment, de concert avec l'entretien individuel ou l'observation, l'un des dispositifs mis en œuvre par un chercheur en vue de recueillir des données.

Lancé par Paul Lazarsfeld et son collègue Robert Merton durant les années 1940, le dispositif a été étendu à un large éventail de disciplines et les appellations pour le nommer se sont multipliées. C'est ainsi que se retrouvent, entre autres, au fil des articles de ce numéro consacré aux entretiens de groupe, ainsi que du deuxième qui sera publié bientôt, l'appellation *focus group*, celle de groupe de discussion, celle d'interview de groupe, celle d'entrevue de groupe, celle de groupe focalisé, celle d'entretien collectif, etc.

Ces termes renvoient-ils à des usages tellement différents? Peut-on parler de méthode ou faut-il plutôt qualifier le dispositif d'instrument? Telles sont les questions auxquelles certains chercheurs tentent de répondre.

Un usage dans différentes disciplines donne évidemment lieu à des ancrages épistémologiques très variés. Certains travaux considèrent le groupe comme moyen d'accès à la connaissance et certains chercheurs tentent même

de généraliser les résultats obtenus. D'autres prennent le groupe comme objet d'étude ou comme sujet. D'un ancrage post-positiviste visant à généraliser et corroborer des résultats à un ancrage participatif visant à créer un espace de délibération, les visées sont si différentes que d'aucuns considèrent qu'une même appellation ne peut recouvrir des usages si peu semblables. C'est la raison pour laquelle, dans cette introduction, le terme « dispositif » est utilisé.

De plus, ce dispositif est utilisé à de multiples fins. Il peut être employé pour la compréhension des comportements et des attitudes d'un groupe cible, pour l'exploration de situations dites *sensibles*, pour l'étude d'un groupe sujet ou restreint, pour la création d'un espace de débat et de délibération dans un environnement virtuel ou réel, pour l'exploration de phénomènes humains vécus par plusieurs personnes, etc.

Ce numéro comporte six articles traitant de l'histoire du dispositif, de ses ancrages épistémologiques et des nombreuses appellations qui sont en usage. Le second numéro comportera des articles présentant, à partir de données de recherche, des aspects singuliers qui ont été portés à l'attention des chercheurs, soit en ce qui a trait à l'analyse des échanges, soit en ce qui a trait aux résultats spécifiques obtenus.

Le premier article de ce numéro est celui de El Hadj Touré. L'auteur présente une réflexion sur les fondements scientifiques des entretiens de groupe en traitant des ancrages théoriques et épistémologiques du dispositif. Les problèmes scientifiques sont illustrés à partir de recherches menées dans des contextes socioculturels, disciplinaires et méthodologiques différents.

Dans le deuxième article, Colette Baribeau, après un rapide survol de l'histoire du dispositif, discute des enjeux des multiples appellations et présente une méthode pour mieux définir le concept.

Le troisième article est celui d'André Davila. Ce texte présente une clarification conceptuelle de deux dispositifs : l'entretien de groupe et le groupe de discussion, et ce, selon trois axes : la configuration socio-historique, la scénographie et la dynamique de chacun.

Le quatrième article est celui de Guillaume Hervet, Leila El Kamel et Benny Rigaux-Bricmont. Il porte sur les entretiens de groupe en ligne et plus spécifiquement sur les entretiens menés dans le monde virtuel *Second Life*.

Le cinquième article est de June Marchand et de Claude Giroux. À l'opposé d'exigences strictes de la recherche en marketing commercial, ces deux chercheurs plaident pour un usage plus souple du dispositif dont ils démontrent toute la richesse à partir d'observations de plus de trois cents groupes de discussion.

Le sixième article est de François Demers. Il illustre la manière dont une équipe de recherche a dû résister à l'attrait de la généralisation des résultats et en quoi l'entretien de groupe peut être pertinent et productif comme outil de recherche.

Dans la rubrique « Notes de chercheurs en méthodologies qualitatives », Jean-Marie Van Der Maren propose un ensemble de procédures pour la préparation et le déroulement d'un entretien de groupe dans le cadre d'une recherche scientifique.

Il se dégage de ce numéro un grand foisonnement d'appellations, une diversité de points de vue de même que de multiples usages possibles des entretiens de groupe. On pourra retenir que le dispositif se prête à des contextes de recherche fort variés. Il est utilisé dans plusieurs disciplines. Flexible et malléable, il se plie et s'adapte facilement aux exigences de son environnement et des chercheurs.

Les usages de l'entretien de groupe sont aussi variés que les appellations choisies pour les désigner. Nous pouvons penser que lorsque des chercheurs choisissent une appellation plutôt qu'une autre, ils associent leur travail à des traditions de recherche et à des postures épistémologiques précises. En effet, les appellations très variées constituent non seulement des indices d'une hétérogénéité très grande de l'utilisation de ces dispositifs de recherche, mais aussi d'un foisonnement des ancrages épistémologiques de leur utilisation. À la lecture des articles qui constituent ce numéro, le lecteur constatera rapidement que les appellations font référence à des usages et ancrages très variés : d'où le titre « concepts, usages et ancrages ». De simple technique de collecte d'information permettant d'illustrer et de nuancer des résultats obtenus dans une démarche quantitative à un dispositif permettant de comprendre le sens que des participants donnent à un phénomène, on recourt à l'entretien de groupe pour des raisons fort différentes.

Deux textes hors thème composent aussi ce numéro. Le premier de ces deux articles rapporte une expérience de recherche collaborative visant la transformation des pratiques professionnelles, dans le contexte d'une entreprise d'économie sociale et d'insertion socioprofessionnelle de jeunes adultes. Dans cet article, les auteurs Bruno Bourassa, Chantal Leclerc et Geneviève Fournier décrivent l'évolution du projet en faisant l'analyse de l'écart qui s'est progressivement creusé entre le projet prévu initialement et celui qui put être réalisé. En dernière analyse, ils présentent avec pertinence des aspects qu'ils jugent essentiels à la poursuite de ce type de recherche. « De l'idéal au possible », le sous-titre de l'article, traduit parfaitement l'essence du propos.

Le second article de la section hors-thème porte sur l'utilisation des données médiatiques en recherche qualitative. Dans ce texte, Louise Fines fait notamment ressortir plusieurs stratégies d'enquête à privilégier pour étudier un processus social à travers des données médiatiques : diversifications des sources, confrontation des points de vue, découpage en séquences, « Webservation » systématique, en sont des exemples qu'elle décrit, justifie et documente.

***Colette Baribeau** est professeure titulaire associée au Département des Sciences de l'éducation de l'UQTR (méthodologie qualitative et didactique du français); M.A. en littérature (McGill), M.A en éducation (UQTR), Ph.D. en éducation (U. de Montréal). Contributions à diverses thématiques de recherche : l'évolution des conceptions de l'enseignement-apprentissage du français chez les étudiants en formation initiale des maîtres, les attitudes et habitudes de lecture des adolescents, l'élaboration d'un dictionnaire du français standard au Québec. Intérêt particulier pour les méthodologies qualitatives et l'analyse de données. À la retraite depuis cinq ans, elle s'occupe de pédagogie universitaire et de projets d'intervention communautaire et est activement engagée dans l'Association pour la Recherche Qualitative.*

***Jason Luckerhoff** est professeur suppléant au département d'études en loisir, culture et tourisme de l'Université du Québec à Trois-Rivières et candidat au doctorat interdisciplinaire en études québécoises de cette même université. Il est titulaire d'une maîtrise en communication publique de l'Université Laval, d'un baccalauréat en communication sociale de l'UQTR et d'un programme court en droit de l'Université de Montréal. Il est boursier du FORSC, du CRSH et de la Fondation Trudeau pour la rédaction d'une thèse interdisciplinaire sur la démocratisation de la culture et les publics. Il a enseigné à l'Université de Montréal (HEC), à l'Université Laval, à l'UQTR et au Cégep de Ste-Foy.*

***François Guillemette** est professeur au Département des Sciences de l'éducation à l'Université du Québec à Trois-Rivières. Il est président de l'Association pour la Recherche Qualitative et professeur associé au Centre de Recherche Interuniversitaire sur la Formation et la Profession Enseignante (CRIFPE). Docteur en éducation et docteur en théologie, ses projets de recherche en cours portent notamment sur le développement des compétences professionnelles en enseignement supérieur et sur l'utilisation de la méthodologie de la théorisation enracinée par les chercheurs francophones.*

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 (Kalampalikis, 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.

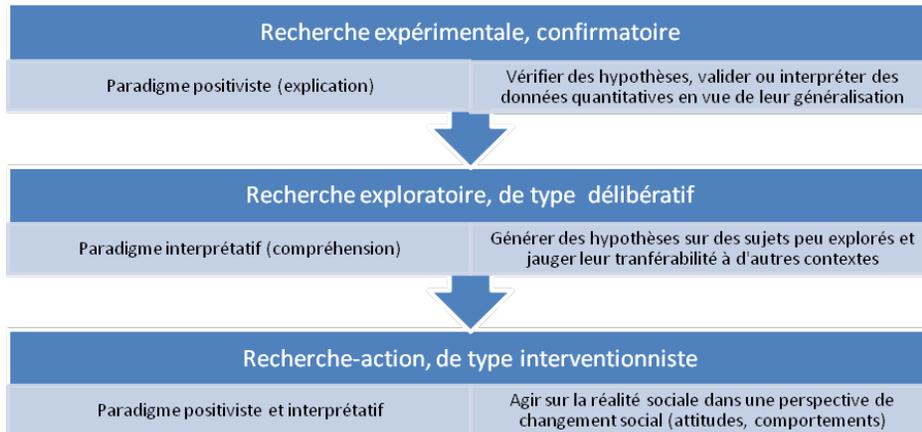


Figure 1 : Ancrages épistémologiques et visées sous-jacentes à l'usage des *focus groups*

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 entrevues 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. Quoi qu'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.

L'entretien de groupe : considérations théoriques et méthodologiques

Colette Baribeau, Ph.D.

Université du Québec à Trois-Rivières

(Avec la collaboration de **Mélanie Germain, M.A.**)

Université du Québec à Trois-Rivières

Résumé

Cet article s'insère au cœur d'un débat entrepris à l'Association pour la recherche qualitative concernant non seulement les termes, mais aussi les pratiques en usage dans le champ des méthodes qualitatives. L'accroissement rapide des ouvrages méthodologiques de même que celui de l'usage empirique des méthodes qualitatives pourraient laisser croire à une stabilisation des traditions. Or, il n'en va pas ainsi, car les termes et les pratiques se multiplient, des variations conceptuelles importantes naissent, et les chercheurs semblent sans cesse portés à redéfinir les concepts et les pratiques méthodologiques sur lesquels ils fondent la qualité de leurs recherches. Nous avons déjà réagi à certains de ces aspects dans un avis déposé aux trois conseils de recherche du Canada (Guillemette, Royer, Baribeau, Moreau & Racine, 2007), dans des articles et dans des communications (Baribeau, 2006; 2008; 2009; Royer & Baribeau, 2008). Ici, nous proposons les résultats de nos recherches sur cette méthode particulière qu'est l'entretien de groupe.

Après avoir fait un rapide survol des origines du dispositif et de ses diverses ramifications au cours du 20^e siècle, nous mettons en lumière certains problèmes liés à la multiplicité des appellations dans le champ des entretiens de groupe. Nous soulignons qu'en apparence, les articulations du dispositif sont fort peu différentes de celles des lieux d'émergence du *focus group* en recherche; elles témoignent, selon nous, d'une tendance à y insérer de nombreuses variantes ou complexifications. Cette tendance à multiplier, à redéfinir et souvent aussi à confondre les méthodes et les notions relève assurément de diverses raisons. Ces façons de procéder occasionnent non seulement un fouillis de termes et de définitions contestables, mais aussi des compréhensions erronées en regard desquelles il importe, pour la qualité et la

recevabilité de nos recherches et la qualité même de l'analyse des phénomènes sociaux, de déterminer rapidement des procédures minimales pouvant orienter les pratiques. C'est dans cette visée que nous proposons tout d'abord une méthode pour appréhender et définir avec plus de rigueur le sens des concepts utilisés. Dans notre présentation de cette méthode, nous donnons les précisions sur la constitution du corpus, les critères de qualité, la pertinence de l'échantillon de textes retenus, le processus d'anasynthèse, la base de la définition du terme ou du concept.

Une seconde voie complémentaire à la première consiste à porter plus d'attention à la fois à la qualité du dispositif et à la qualité des données en prenant en compte certaines balises méthodologiques.

Mots clés

ENTRETIEN DE GROUPE, QUALITATIF, *FOCUS GROUP*, HISTORIQUE DE L'ENTRETIEN DE GROUPE

Historique

La plupart des ouvrages méthodologiques concernant les *focus group* ou toute autre appellation qui s'y rattache consacrent leurs premiers chapitres aux conditions d'émergence du dispositif. À notre avis, un lecteur intéressé par la question peut consulter les travaux de Morrison (1998), ceux de Morgan (1993; 1997; 2002), l'ouvrage de Greenaum (1997) ou encore le livre récemment publié par Boutin (2007). Dans ces ouvrages, l'historique du dispositif est bien raconté et son utilisation illustrée par divers travaux. De plus, la personne s'intéressant au dispositif peut retrouver sur le site de l'ARQ¹ une bibliographie des principaux ouvrages publiés sur la question.

La décennie 1940 : Des débuts modestes

La plupart des ouvrages qui traitent la question de l'historique, s'inspirant de Morgan (1989), s'entendent pour faire remonter la création des groupes de discussion (*focus group*) aux travaux de Lazarsfeld et de son collègue Robert Merton durant les années 1940 dans le domaine du marketing. Le *focus group* est alors considéré comme une simple technique de collecte d'information et n'est nullement considéré comme un dispositif de recherche en lui-même. Le terme *focus* fait référence à une discussion centrée sur un objet précis, à savoir un film, une émission de télévision ou une publicité. À cette époque, Lazarsfeld poursuivait des travaux quantitatifs (sondage ou enquête d'opinion) et il cherchait à engager et à s'engager auprès des consommateurs au travers d'un langage plus naturel et ainsi recueillir des données empiriques. Il a alors confié à Merton le développement de cette nouvelle technique. Lazarsfeld et Merton répondaient à des impératifs économiques, comme le souligne Morgan (2002) : les *focus group* requièrent moins de temps, moins d'argent (comparativement aux sondages ou aux enquêtes); ils répondaient aussi à des impératifs

politiques : il s'est avéré que le dispositif produit des résultats intéressants, permettant d'accéder à des fonds de recherche. Alors, le dispositif soulève l'intérêt et est rapidement accepté par les chercheurs en marketing.

1950-1970 : Des voix discordantes se font entendre

Les années 1950-1970 ont été marquées, aux États-Unis, par une très large utilisation des *focus group* dans les études en marketing social, tant dans une approche quantitative que dans une approche qualitative. On assiste dès lors à une certaine uniformisation des pratiques. Comme le dispositif s'est rapidement révélé très performant et qu'il a attiré à l'équipe de Lazarsfeld et Merton de nombreuses subventions, il a suscité la convoitise et, par ricochet, les critiques des tenants d'approches quantitatives traditionnelles. Dès les débuts, et davantage vers 1970, des critiques s'élèvent et mettent en question la crédibilité générale de la méthode et la validité scientifique des données recueillies même si les résultats produits sont très souvent intéressants pour comprendre des situations complexes (Morrison, 1998, p. 125).

1970-1980 : Migration vers d'autres lieux d'exploitation et diversification des usages

Il est intéressant de constater que ce dispositif s'est développé dans d'autres sphères que le marketing, produisant des résultats fort intéressants. En effet, plusieurs aspects de cette instrumentation se révèlent prometteurs dans une perspective interculturelle, notamment auprès des populations à tradition orale ou encore pour saisir toutes les nuances des enjeux culturels en cause lorsqu'il est question de santé ou d'éducation (Simard, 1989). Les travaux menés se sont alors largement inspirés des *focus group* en marketing lorsque des recherches concernaient des thématiques telles la planification des naissances ou encore l'efficacité des programmes d'éducation populaire. Le dispositif a aussi été utilisé à d'autres fins tout particulièrement en développement international pour l'évaluation de programmes (Silipigni Connaway, 1996) et pour de nombreux organismes subventionnaires (entre autres, USAID, UNICEF) qui révisent leurs procédures et qui sont à la recherche de méthodes moins structurées de collecte de données dans les programmes d'aide au développement ou d'évaluation rapide de programme (*rapid assessment procédures*) (Aubel, 1994; Streiffler, 1982).

1980-1990 : Convergence de deux courants

Deslauriers (1991) constate qu'avant 1990, peu de documents sont consacrés au *focus group*, et presque rien n'est écrit en français. Une recension des articles parus entre 1995 et 2002 (base de données ABI/INFORM, FRANCIS, ÉRIC) montre que, sur le nombre d'articles (environ 2000, mais il peut y avoir une certaine redondance) 950 concernent la santé, 1000 les médias et le

marketing et seulement une vingtaine en éducation. On constate donc que le domaine de la santé commence à intégrer le dispositif aux pratiques quantitatives traditionnelles en usage (Bash, 1987).

Aux États-Unis toutefois, les chercheurs commencent résolument à associer *focus group* ou *focus interview* et recherche qualitative. Ainsi, Morgan, en association avec Krueger et King, publie chez Sage les premiers ouvrages consacrés exclusivement au sujet plaçant l'aspect qualitatif au centre de son propos comme il l'avait avancé dans un article publié dans *Qualitative Sociology* avec Spanish en 1984. Il revient aux sources et décrit le dispositif tout en justifiant son usage en qualitatif. En même temps, se précise la recherche en éducation; Lincoln et Guba développent ce qu'ils appellent le *naturalistic inquiry* et mettent au point, au fil des ans, un ensemble de précisions méthodologiques appropriées au travail sur le terrain, largement inspirées du courant ethnométhodologique, de l'interactionnisme symbolique et des dispositifs de recherche sur le terrain (*field research*) avec divers groupes sociaux.

Ce rapprochement s'avère intellectuellement stimulant; on y récupère toute l'expertise issue non seulement de l'ethnologie, mais aussi de la psychologie des groupes. Ce rapprochement autorise aussi des liens avec la recherche-action, la recherche émancipatoire, la recherche féministe, etc. Il permet aussi des liens avec la documentation traitant des entretiens individuels, donnant ainsi à la recherche qualitative un large éventail de techniques de collecte de données.

Que s'est-il donc passé pour que ces associations puissent être faites? Certes, Lazarsfeld et Merton proposaient un traitement qualitatif des données issues des *focus group*, mais cela est-il suffisant pour expliquer le phénomène? Il nous semble important d'ajouter un élément : l'émergence des groupes, à partir des travaux de Kurt Lewin, c'est-à-dire la naissance de la recherche-action (tant du côté européen qu'américain et québécois). Les travaux de Lewin, débutés eux aussi dans les années 1940, ont eu une grande répercussion sur les pratiques de recherche. Ils ont mis en évidence l'importance de prendre en considération le groupe et sa dynamique, comme entité. Le numéro 7 de la revue *Recherches qualitatives* (Baribeau, 1992) est consacré à Kurt Lewin et le lecteur y retrouvera un ensemble d'articles faisant état de l'impact des travaux de Lewin; il en est aussi ainsi du numéro 4 de la revue *Pour*. Ajoutons que, tant Schön (1994) que Checkland (1981; 2002) revendiquent leur filiation lewinienne. Selon Hess (1983) et Duchesne et Haegel (2005, p. 13), l'intervention sociologique en France serait elle aussi tributaire de ces courants.

Ces diverses contributions viennent se fondre avec le courant des entretiens de groupe (*focus group*), y laissant des traces.

Il est intéressant de constater qu'assez rapidement le champ présente des façons différentes de voir le groupe. Traitant de l'évolution des pratiques en recherche-action, Deslauriers (1992, pp. 42-43) constate que les successeurs de Lewin ont donné aux participants une place plus significative que celle donnée par Lewin lui-même. Dans le courant du changement organisationnel, le groupe

est utilisé dans le but de procéder à une modification de la culture organisationnelle et du comportement. La recherche-action est une façon de procéder à des changements par le haut en se faisant plébisciter par la base (...) Un autre courant [est] celui de la dynamique de groupe et de la croissance personnelle. Dans cette optique, le groupe est au service de la personne pour des fins de connaissance de soi et de développement des habiletés interpersonnelles. Une autre tendance est celle de chercheurs qui veulent établir un nouveau lien entre le chercheur et les sujets de la recherche [...] le groupe poursuit un objectif de changement social et politique et constitue un moyen d'action.

Toute expansion peut entraîner des débordements : on peut observer, dans certaines publications, une ouverture à des pratiques souvent fort éloignées, tels la méthode Delphi, le groupe nominal ou encore le *brainstorming*. Il semble qu'on soit ainsi à la recherche de méthodes nouvelles dans un contexte où la discussion en groupe restreint a été largement utilisée dans les études des besoins d'une population (Mayer & Ouellet, 1991, p. 77). Les lieux d'application de l'entretien de groupe (*focus group*) sont très diversifiés et de nombreuses recherches dans différents champs disciplinaires y ont recours. De plus, ce développement s'effectue davantage par accumulation (Puchta, 2004); par exemple, le rôle de l'animateur est certes précisé, mais par ajouts quant aux rôles, aux tâches, aux registres d'intervention ou alors carrément par modification de l'appellation (il devient modérateur ou guide, mais très peu souvent chercheur). Les techniques d'échantillonnage répondent très souvent à des impératifs économiques ou encore cherchent à s'approcher des exigences du sondage. La composition du groupe donne lieu à des procédures très diversifiées. Le protocole d'entretien est alourdi de précautions souvent peu documentées ou rarement illustrées, empruntées aux travaux en psychologie sur les groupes restreints et leur dynamique.

1990-2000 : Émergence de la recherche en éducation

Le champ de l'éducation a bénéficié de tout cet apport et l'a graduellement intégré à ses pratiques de recherche. La plupart des ouvrages méthodologiques

publiés mentionnent la possibilité de recourir aux entretiens de groupe pour colliger des données (mentionnons entre autres, parmi les plus souvent mentionnés : Deslauriers, 1991; Karsenti & Savoie-Zajc, 2000; Poupart, Deslauriers, Groulx, Laperrière, Mayer & Pires, 1997; Van der Maren, 1995). Pour les années 1996 à 2005, un travail concernant les thèses (Baribeau, 2008) a permis de constater que 18 thèses ont eu recours à l'entretien de groupe et que les précisions méthodologiques du dispositif sont prises soit en éducation, soit en marketing social.

On assiste aussi à l'utilisation, en recherche, de dispositifs issus de formules pédagogiques faisant appel au groupe ou aux discussions de groupe pour la collecte de données; ainsi apparaissent les communautés d'apprentissage, les groupes de discussion (comme formule pédagogique), les groupes de formation et de nombreuses autres appellations. Nous reviendrons sur la question des appellations ultérieurement.

L'apport des entretiens de groupe en recherche

De rares travaux traitent de recherche spécifique sur l'entretien de groupe comme dispositif de recherche. En effet, de nombreux manuels consacrent des paragraphes soulignant l'intérêt du dispositif, mais leurs propos sont davantage fondés sur des considérations personnelles que sur des études comparatives.

De façon générale, les auteurs suggèrent de choisir deux ou trois instruments pour colliger les données qualitatives. Le plus souvent, l'approche méthodologique conjugue l'entretien de groupe aux entretiens individuels et à l'observation participante ou encore elle combine le questionnaire d'enquête aux entretiens de groupe. Quelques fois, les projets combinent qualitatif et quantitatif. Les auteurs suggèrent de demeurer attentif au fait qu'en combinant, les sujets peuvent avoir le sentiment de se redire (groupe et individuel) ou encore d'être épiés (observation et entretien). Certains chercheurs préfèrent appliquer les dispositifs à deux populations différentes. Le dispositif, qu'il soit employé seul ou en triangulation avec d'autres, participe au développement des théories, à leur critique et à leur reformulation. Il peut aussi contribuer aux recherches évaluatives, centrées sur la prise de décision en vue d'éclairer des choix qui s'offrent. Il peut aussi être utilisé dans la résolution de problèmes qui visent l'amélioration de situations en recherche-action ou en recherche-développement pour faciliter les analyses de besoins. Ainsi, le dispositif répond aux visées de recherches nomothétique, politique ou pragmatique (Van der Maren, 1995, p. 67). Revenons toutefois aux recherches sur le dispositif.

Entretien de groupe et questionnaire d'enquête

Selon Fern (2001, pp. 142-143) et Morrison (1998, p. 159) qui rapportent plusieurs recherches sur les deux dispositifs, l'entretien de groupe qui fait suite

à un questionnaire d'enquête permet de « décrystalliser » l'imposition d'une signification donnée par les réponses au questionnaire. De plus, l'entretien de groupe permet de voir les similarités et offre une information plus nuancée et souvent plus riche. Dans le cas d'un questionnaire d'enquête qui ferait suite à l'entretien de groupe, les discussions des participants à l'entretien permettent de trouver les mots du « langage de tous les jours » et d'adapter le vocabulaire à celui utilisé par les participants auxquels le questionnaire est adressé. L'analyse de données est facilitée du fait que les deux instruments permettent d'explorer le même phénomène; les thématiques sont les mêmes et les banques de données peuvent être réunies. Une analyse qualitative et quantitative peut être effectuée.

Entretien de groupe et entretien individuel

La plupart des ouvrages font allusion à cette combinatoire en se contentant de noter les différences entre les deux dispositifs. Fern (2001) a colligé des données empiriques à ce propos : en entretien de groupe, les participants produisent moins (30%) d'idées et celles-ci sont de moins bonne qualité qu'en entretien individuel. Il rapporte certaines études qui montrent que des entretiens individuels précédant des entretiens de groupe produisent des données plus diversifiées que l'ordonnancement contraire. Il ne rattache pas cela à l'effet de conformité souvent observé en entretien de groupe, mais plutôt aux thèmes touchés et aux cultures en cause (en effet, plusieurs travaux ont été menés en santé, auprès de populations à risque). Par contre, dans l'ensemble des travaux, il est difficile de déterminer l'incidence du thème sur les réponses fournies.

Entretien de groupe et observation participante

La plupart des ouvrages méthodologiques constatent que ces deux dispositifs sont complémentaires, mais sans plus. On ne trouve aucune recherche mettant en lumière la spécificité des données recueillies par l'observation participante, bien qu'à première vue, il semble évident que les données seront très différentes.

En somme, le bilan des recherches sur l'entretien de groupe en tant que dispositif de recherche est assez mince et plusieurs des travaux rapportés le sont si succinctement qu'il est difficile d'apprécier la qualité du processus de recherche. Fern (2001) nous renvoie aux études qui ne sont pas si faciles d'accès et qui datent de la fin des années 1980. On peut remarquer, en outre, que la plupart des travaux font état de résultats obtenus à l'intérieur d'une même recherche et non pas sur le dispositif en lui-même à partir d'un protocole visant spécifiquement à relever, au travers de différentes recherches, la nature et la qualité des données recueillies.

Forces et limites de l'entretien de groupe en recherche qualitative

Les principaux ouvrages traitant du dispositif notent certains aspects de son utilisation en qualitatif. Nous en retenons quelques-uns qui nous semblent résumer les propos. Toutefois, notons au passage que plusieurs ouvrages présentent le dispositif de façon un tant soit peu dithyrambique, occultant des difficultés ou les limites du dispositif (Tableau 1).

Nous pourrions synthétiser la progression lente mais sûre de l'utilisation de l'entretien de groupe en trois volets (Tableau 2). Tout d'abord, les chercheurs y recourent pour des **impératifs économiques** : les entretiens de groupe requièrent moins de temps et moins d'argent que les entretiens individuels ou les enquêtes auprès de larges populations; la technique est bien documentée en marketing social et efficace quand il s'agit de produire des données empiriques. Ensuite, des **impératifs politiques** peuvent contribuer à son utilisation : les résultats produits sont intéressants et permettent d'accéder à des fonds de recherche et d'être reconnu dans le champ de la recherche sociale. Enfin, soulignons les **impératifs scientifiques** liés à la nature même du processus de collecte de données : des thématiques dites « sensibles », des processus de recherche-action ou encore des recherches-développements auprès de population dans les pays de développement incitent les chercheurs à recourir aux entretiens de groupe parce que ceux-ci leur apparaissent comme des instruments plus adéquats à leurs finalités de recherche. Ajoutons, en outre, que le dispositif peut être utilisé à différents moments de la recherche et pour des fins différentes.

Les années 2000

À l'aube du nouveau siècle, nous pourrions dire que le recours aux entretiens de groupe est bien reçu dans la communauté scientifique. Quelques questions demeurent ouvertes : d'une part, un flou linguistique perdure et entrave la recherche dans les banques de données (du type Proquest), notamment parce qu'il existe environ vingt façons de nommer le dispositif; d'autre part, on peut constater, d'une manière surprenante, une situation relativement stabilisée sur le plan des procédures.

Réglons d'emblée la question procédurale. Comme nous l'avons souligné aux paragraphes précédents, nous avons pu remarquer une grande variance dans les pratiques et une propension à l'inclusion; on ne veut faire de peine à personne et ne rien laisser échapper. Les lieux d'application sont diver-

Tableau 1
Forces et limites de l'entretien de groupe

FORCES	LIMITES
Accès à un grand nombre de sujets	Sélection des sujets. À la limite, l'échantillon est biaisé
Dynamique des échanges	Difficile de suivre la discussion à plusieurs pour l'animateur ou de canaliser les prises de paroles (discours croisés)
Économie de temps	Importance des normes sociales; les participants s'influencent mutuellement (effet boule de neige) provoquant une certaine conformité
Encourage l'expression sur des sujets « sensibles »	Les participants ont le contrôle de la discussion.
Permet de faire émerger des représentations sociales	Certains ne s'expriment pas, d'autres monopolisent la parole Subjectivité débridée peut souvent être observée
Identifier les consensus et les désaccords rapidement	Temps est assez limité pour approfondir
Partage d'idées et nuances	Les données peuvent être contaminées par le chercheur ou par le décideur
Permet d'ouvrir à d'autres questions et de recentrer les propos pour la suite des autres sessions	

sifiés et les développement des paramètres méthodologiques procèdent davantage par *accumulation* :

- Un **animateur** : à son rôle, on ajoute des précisions, on en modifie l'appellation, on structure ses interventions (souvent très contrastées).
- Un **groupe** : les procédures sont très diversifiées quant à sa constitution; il en est de même quant à son rôle et aux attentes qui lui sont dévolues.
- Un « **objet d'attention** » qui peut s'apparenter à un thème, une situation ou un protocole d'entretien-entrevue, ou encore à des sujets de discussion.

Tableau 2
Les impératifs du recours aux entretiens de groupe

Impératifs économiques	Impératifs politiques	Impératifs scientifiques
Requiert moins de temps	Produit des résultats intéressants	Permet d'explorer des thématiques sensibles Permet de faire émerger des représentations sociales
Nécessite moins d'argent	Donne accès à des fonds de recherche	Peut être utilisé à différents moments et à des fins distinctes d'une recherche (de l'exploration au raffinement)
Bénéficie d'une bonne documentation	Est reconnu en sciences sociales	Adapté à la recherche-action et à la phénoménologie
Produit avec efficacité des données empiriques	Produit des résultats pertinents	Adapté à des populations de tradition orale ou de contextes socioculturels particuliers Est complémentaire à d'autres instruments

- Des précautions méthodologiques de recherche (échantillon, questions de recherche, protocole de discussion, code éthique, aspects techniques, protocole d'analyse des données et du rapport final).

Toutefois, nous pourrions dire que cette variance est de surface; la principale difficulté réside dans le fait de qualifier toutes ces démarches de « recherche ». Lorsque l'on questionne les banques de données, on retrouve un nombre effarant de travaux en marketing qui utilisent les « *focus group* ». Les précisions méthodologiques sont vite expédiées, quand elles sont mentionnées. Les auteurs recourent souvent à des analyses quantitatives et qualitatives, ces dernières visant à ce qui semble confirmer les hypothèses déjà validées par le quantitatif. Les travaux font peu ou pas mention du fait qu'ils sont « commandités » et que ces commanditaires sont présents lors du recueil des données, que les informateurs en sont avisés et que, parfois, le commanditaire peut intervenir dans les débats.

Cette question mériterait qu'on s'y attarde, mais elle déborde largement notre propos. D'autres articles de ce numéro traitent de différents points de vue et le lecteur pourra juger par lui-même.

Revenons à la question des nombreuses appellations. Faut-il n'y voir qu'un flou linguistique ou y aurait-il aussi un flou conceptuel?

Tout d'abord, il convient de mettre en lumière la multiplicité des appellations dans le champ de ce dispositif de recherche et de soulever certains problèmes liés à ces nombreuses appellations. Nous avons déjà soulevé cette question (Baribeau, 2008) dans notre travail d'analyse des thèses ainsi que dans des travaux menés avec Chantal Royer (Royer & Baribeau, 2008). Un problème de taille découle de l'historique que nous avons brossé.

Voyons en premier lieu les différentes appellations que nous avons pu colliger concernant les *focus group*. Nous ne retenons ici que celles qui sont en français. De plus, nous avons exclu du paysage celles qui concernent des pratiques un peu éloignées et souvent rattachées à un courant européen (par exemple la méthode d'analyse en groupe de Van Campenhoudt, Chaumon & Franssen, 2005).

À ces appellations, il faut ajouter toutes celles, particulièrement en éducation, qui reprennent le dispositif, ses caractéristiques, en le nommant différemment : cercle de discussion, communauté de discussion, communauté d'apprentissage, communauté d'échange, groupe de formation. Ajoutons-y ce dont nous avons récemment entendu parler : cercles de dialogue, approche DRAP, *sushi group*, groupes Nomad, Bulletin Bord².

Considérant cette diversité, nous nous sommes tout d'abord donné pour objectif de clarifier la nature du dispositif : est-ce une technique? Une méthode? Voyons ce qu'en disent les auteurs quand ils en parlent. On peut tout d'abord s'apercevoir qu'il y a de sérieuses divergences à cet effet. Certains parlent du dispositif comme d'une méthode, d'autres comme une démarche de collecte de données, un instrument, une technique, une discussion autour d'un thème, une réunion d'animation, une discussion de groupe (ou en profondeur, ou collective ou d'équipe de formation). De quoi parle-t-on vraiment?

Si le groupe de discussion est une méthode, au sens plein du terme, c'est-à-dire une méthode de recherche, cela a des conséquences. Tout d'abord, référons-nous à la définition de Van des Maren (1995, p. 11) :

Une « méthode de recherche » est un ensemble d'opérations systématiquement et rationnellement enchaînées afin de

- relier avec consistance
 - l'intention, le but, l'objectif de la recherche
 - la manière de poser le problème
 - les techniques de constitution du matériel et leur validation
 - les techniques de traitement et de transformation des données en résultats

Tableau 3
Appellations associées au dispositif

Blanchet (1982)	Entretien structuré et centré
Simard (1989)	<i>Focus group</i>
Deslauriers (1991)	Entrevue de groupe
Mayer (1991)	Entrevue centrée, guidée
Mucchielli, R (1987)	Interview de groupe
Mucchielli, A(1996)	Interview de groupe
Aubel (1994)	Discussion de groupe
Van der Maren (1995)	Entrevue de groupe
Savoie-Zajc, Boyer (1997)	Entrevue de groupe
Mayer, St-Jacques (2000)	Entrevue de groupe
Boutin (1997)	Entretien centré, guidé
Geoffrion (1992 et 2003)	Groupe de discussion
Duchesne, Haegel (2002)	Entretien collectif
Baribeau (2006 et 2009)	Entretien de groupe
Boutin (2007)	Entretien de groupe
Autres appellations	Groupe de discussion convergente, entretien en profondeur, entretien focalisé

- les procédures d'interprétation des résultats et de leur vérification
- la justification des différents choix
- répondre aux critères formels et opérationnels auxquels elles doivent s'astreindre pour se voir accorder la crédibilité recherchée

À cette définition, nous pourrions ajouter une visée, en ce qui concerne le qualitatif, celle d'explicitier et de comprendre un phénomène humain ou social.

Dans l'ensemble de la documentation consultée pour effectuer cette recherche, aucune présentation du dispositif ne répond à ces exigences. Il serait même permis de penser que l'utilisation du terme « méthode » est, dans ces utilisations, un anglicisme. Il semble qu'il soit plus juste de dire que le dispositif est un instrument ou une technique de collecte de données. En effet, les données recueillies sont, dans la plupart des cas, triangulées avec celles obtenues par les entretiens individuels. Ainsi, le dispositif a peu, sinon aucune incidence sur la manière de poser le problème et on ne le retrouve que très rarement dans la formulation de l'objectif de la recherche.

Par ailleurs, toujours concernant la question de savoir si le dispositif est une méthode ou une technique, il faut remarquer que De Landsheere (1979), dans son *Dictionnaire de l'évaluation et de la recherche en éducation*, définit la méthode comme « un plan d'action » et contraste cette définition en précisant qu'une « *technique* est un procédé ou un ensemble de procédés particuliers ». Il poursuit son travail par un enchaînement de 25 méthodes singulières, souvent définies comme des procédés, des démarches, des analyses, des diagrammes; d'autres fois, le paragraphe définitoire commence par « elle... ».

Nous pouvons donc considérer que le flou n'est pas seulement linguistique mais aussi conceptuel, ce qui a des conséquences. Relevons, entre autres :

- La normalisation « scientifique » du dispositif et de ses exigences est un problème qui est loin d'être résolu. Nous ne faisons pas ici référence à un processus qui viserait à tout réduire à une seule façon de faire, mais à une utilisation plus rigoureuse et mieux argumentée des choix instrumentaux et des variances apportées aux procédures habituelles.
- Ce fouillis peut aussi avoir un impact sur la crédibilité du « dispositif » et, par ricochet, sur la crédibilité de la recherche et de ses résultats, entraînant dans sa chute des recherches de grande qualité.
- La recension d'écrits en français dans les banques de données informatisées ainsi que la recension dans les banques des revues françaises et leurs descripteurs s'avère une tâche colossale remplie d'embûches.
- L'utilisation rationnelle des descripteurs pour l'indexation des articles et des thèses ainsi que pour la rédaction des résumés est aussi remplie de pièges à cause du même fouillis.

C'est dans une visée de résolution de ces différents problèmes que nous proposons tout d'abord une méthode pour appréhender et définir avec plus de rigueur le sens des concepts utilisés. Cette méthode comporte des propositions

précises quant à la constitution du corpus, aux critères de qualité, à la pertinence de l'échantillon de textes retenus, au processus d'anasynthèse qui est à la base de la définition du terme ou du concept.

Une seconde voie, complémentaire à la première, consisterait à porter plus d'attention à la fois à la qualité du dispositif et à la qualité des données en prenant en compte certaines balises méthodologiques.

« *Vers* » une définition

Compte tenu de la très grande diversité des approches, nous proposons une démarche pour appréhender et définir le sens des concepts utilisés. Cette démarche comporte deux étapes : la constitution d'un corpus d'analyse et l'analyse terminologique elle-même.

Étape 1 : Constitution du corpus devant servir de base à l'analyse

Cette étape consiste dans l'établissement de la population et la constitution de l'échantillon. Pour effectuer cette opération, il s'agit de dresser un premier inventaire des ouvrages francophones où apparaît le terme puis étudier cet inventaire afin d'en dégager les principales caractéristiques. Cette opération nécessite le repérage des textes et la sélection des titres. Parallèlement, il s'agit de dresser l'inventaire des ouvrages de référence qui proposent des définitions sous forme de glossaires, de lexiques ou d'articles encyclopédiques (par exemple, Legendre, 1993, Mucchielli, 1996 et autres ouvrages généraux). Ce second inventaire constitue en quelque sorte un corpus de référence devant servir à comparer et à valider les résultats des analyses que l'on pourrait appeler *définitions*. La qualité et la pertinence de l'échantillon retenu ont un impact sur la qualité et la validité des analyses. Cette qualité peut être estimée en fonction de trois critères classiques en lexicographie :

- la variété des ouvrages (thèses, mémoires, articles scientifiques, volumes, textes pédagogiques, rapports de recherche, manuels, etc.);
- leur pertinence scientifique;
- leur provenance eu égard à différents champs disciplinaires (principalement les sciences de l'éducation, la sociologie, l'anthropologie, la psychologie, la communication, les études sur la culture, le loisir et le tourisme, les sciences de l'activité physique, les sciences de la santé, les sciences de l'administration).

Les ouvrages sélectionnés constituent la base de l'élaboration de l'analyse terminologique et conceptuelle, c'est-à-dire la description des termes et l'établissement du réseau des termes en concurrence et en cooccurrence.

Étape 2 : Analyse terminologique et rédaction des articles définitoires

La définition des termes (ou des concepts) s'effectue à partir du processus d'anasynthèse tel qu'utilisé par Legendre (1993, pp IX-X) dans son *Dictionnaire actuel de l'éducation*. Le cycle de l'anasynthèse comporte quatre opérations :

Analyse : délimiter et d'analyser le concept par l'identification et la définition de ses dix éléments constitutifs : la définition, la base, la condition, le but, la fonction, la limite, la cause, la conséquence, la relation, la relation de dépendance. En pratique, il s'agit de colliger les éléments assignés par les auteurs à chacune de ces dix dimensions (Baribeau & Lavoie, 2004).

Synthèse : structurer et mettre en relation les données. En pratique, il s'agit de faire l'analyse intra-dimensionnelle du concept en regroupant tous les éléments colligés selon qu'ils sont communs (consensus entre plusieurs auteurs), complémentaires (mentionnés par un seul auteur); contradictoires (objet de divergences) ou inter-dimensionnels (lorsque les écrits des auteurs les situent sous des dimensions différentes).

Prototype : vérifier la validité interne de la synthèse. En pratique, il s'agit de revoir la première synthèse et de s'assurer qu'elle correspond bien aux exigences fixées et, le cas échéant dans une étude approfondie, que l'on a atteint une saturation des données; on compare et on valide le prototype avec les définitions du corpus de référence (dictionnaires en recherche qualitative, glossaires, lexiques).

Simulation : vérifier le prototype et le soumettre à des personnes compétentes et extérieures au processus de modélisation; évaluer sa validité scientifique et recueillir les suggestions possibles d'améliorations. En pratique, il s'agit de soumettre la définition à des experts externes et recueillir leurs observations, leurs commentaires sur le concept, tel que défini.

La seconde voie, complémentaire à la première, consiste à porter plus d'attention à la fois à la qualité du dispositif et à la qualité des données en prenant en compte certaines balises méthodologiques.

Assurer la qualité du dispositif

Il s'agit ici, tout d'abord, de souligner la nécessité d'une certaine *normalisation* du processus. Cette normalisation pourrait prendre deux formes : la mise en œuvre de recherches sur le dispositif et le choix argumenté des modalités retenues dans une recherche.

Dans de nombreux ouvrages, la suggestion est faite à l'effet que des recherches doivent être entreprises sur le dispositif lui-même. Il faudrait retourner ici aux travaux auxquels Fern (2001) fait référence lorsqu'il traite de

l'apport des entretiens de groupe; cette voie permettrait de prendre connaissance des instruments utilisés pour établir les comparaisons. Par exemple, quelles grilles ont été utilisées pour estimer la *richesse* ou la *qualité* des données recueillies? Pour l'instant, la plupart des comparaisons (qualité des données, profondeur, par exemple) sont effectuées à l'intérieur d'une recherche où le chercheur compare deux banques de données (celle recueillie par entretien de groupe et celle du questionnaire). Certains travaux (Morrison, 2000) nous donnent accès à un large corpus de données issues d'entretiens de groupe; le lecteur peut y observer la décristallisation des significations sans que cette opération soit spécifiquement analysée; les auteurs font ressortir les similarités et mettent en lumière les nuances. C'est donc dire qu'il est possible d'effectuer ce type de recherche.

Par ailleurs, on peut demeurer très perplexe face à plusieurs emprunts. Certains chercheurs disent recourir au dispositif et y appliquent, sans justification, leurs propres variations en fonction du contexte spécifique de leur recherche. Souvent ces emprunts ressemblent davantage à de la transmutation qui s'apparente au fait qu'un corps (c'est-à-dire des données) change de substance, passant d'une nature vile (en l'occurrence non scientifique) à une nature plus noble (en l'occurrence scientifique) grâce à des opérations techniques (comme si la seule mention de l'entretien de groupe et des quelques auteurs de référence était une procédure alchimique suffisante).

Cette manière, pour les chercheurs, de renommer leur instrumentation pose question. Pourquoi ne pas tout simplement s'inscrire dans la tradition déjà établie et argumenter les modifications qui sont faites? Si le transfert est possible entre l'entretien de groupe (qui relève d'une tradition, qui a une structure interne, des règles, une dynamique) et le nouveau dispositif que le chercheur veut utiliser, la correspondance entre les différentes parties doit être argumentée. Prenons l'exemple d'une stratégie pédagogique où un groupe d'élèves ou d'étudiants, dirigé par leur enseignant (chercheur aussi), discute d'un sujet particulier. Il semble qu'entre autres, les points suivants devraient être clarifiés : le rôle de l'enseignant-chercheur-animateur; le rôle du groupe (et de la classe?) et la nature des relations entre les différents partenaires. Non seulement conviendrait-il de préciser ces éléments, mais aussi d'en tenir compte dans l'analyse des échanges et des interactions. Le chercheur ne peut se contenter d'analyser son corpus à partir de décontextualisation et de recontextualisation; il ne pourra faire l'économie de l'analyse des échanges (Baribeau, 2009). Cette dernière remarque nous amène à traiter de la dernière question, celle de l'analyse des données.

Assurer la qualité des données suscitées

Il a été mentionné plus haut, en traitant de la recherche-action et des travaux en psychologie des groupes, qu'il y a deux façons de concevoir un groupe. Celle, plus classique, issue des travaux en marketing, considère le groupe comme étant au service de la personne; il ne constitue pas en soi une unité, mais est l'addition de plusieurs individus. Souvent, ces derniers se connaissent peu ou pas et sont réunis pour discuter d'un *sujet* commun (souvent matérialisé par un *objet* tels un message publicitaire ou un produit quelconque) pour lequel des perspectives contrastées sont recherchées. Le rôle de l'animateur consiste à faire émerger ces perspectives et à les documenter. Le groupe constitue le lieu de l'émergence et de la mise en mots d'une expérience personnelle.

Dans une autre façon de le concevoir, le groupe peut être vu comme une entité; les personnes qui en font partie (chercheurs et partenaires) se connaissent et travaillent (au sens large du terme) ensemble. Pensons à un regroupement d'utilisateurs d'un service ou de bénéficiaires désirant solutionner un problème et enrichir leur compréhension mutuelle, souvent dans le but de provoquer un changement. Les échanges servent alors à co-construire leur représentation sociale. Comme dans le cas précédent, une grande partie des données est issue d'interactions entre chercheurs et informateurs ou entre les informateurs. L'interaction doit être mise en œuvre et prise en compte dans l'analyse et l'interprétation des données (Baribeau, 2009). Le rapport doit souligner et consigner les traces de l'articulation d'une expérience collective ou d'une représentation culturelle (Bohnsack, 2004; Duchesnes & Haegel, 2005).

Nous voudrions mentionner ici deux éléments qui sont souvent occultés dans la description et l'analyse des données. Le fait que les entretiens soient transcrits peut donner l'impression que ce sont des matériaux écrits alors que ce sont des matériaux oraux. Et transcrire des entretiens de groupe est une entreprise plus complexe que la transcription d'entretiens individuels. Le chercheur prendra-t-il en compte le non verbal, très souvent présent au cours des discussions? Que faire des données non expliquées et des conversations croisées qui se chevauchent? Comment seront transcrits (et analysés) les marqueurs de relation propres à l'oral (par exemple: *fa'que, pis*; ou les « bouche-pauses »: *hum, ah, ben*). Comment traiter ces moments où s'installent des consensus sur des significations partagées, mais non expliquées?

Le qualitatif se targue de profondeur, de richesse, de nuances. On peut l'admettre volontiers, mais cela ne peut être le fait d'une heure d'entretien de groupe avec deux ou trois groupes. Par exemple, un entretien d'une heure, avec 6 thèmes de discussion (donc 10 minutes par question) avec 8 personnes,

permettra à chacune d'intervenir pendant à peine 1 minute sur chaque thème. Peut-on, dans ces conditions, aspirer à de la profondeur? La tentation la plus fréquemment observée est de multiplier les groupes, mais cela n'apportera que de la variance, et non de la profondeur. Il convient de rechercher la compréhension par d'autres mécanismes : entretiens répétés, lecture par les partenaires et rétroactions contrastées, réécriture. Par rapport à ces mécanismes, on consultera avec intérêt Morrison (2000, p. 257 et suivantes) dont l'équipe a mis en œuvre une technique, *focused editing group*, qui permet aux répondants, tout en regardant un matériel télévisé, de le modifier de façon à le rendre acceptable, tout en expliquant les motifs des modifications qu'ils font.

Les entretiens de groupe constituent un instrument précieux de collecte de données qui ne peuvent être accessibles qu'au travers de l'interaction entre un groupe de personnes qui discutent ensemble. Un ensemble de précautions méthodologiques ont résisté au temps; le dispositif est performant; il a produit des données empiriques riches, originales et éclairantes pour comprendre les phénomènes humains ou sociaux. Il reste des défis stimulants à relever par des actions qui peuvent être entreprises pour clarifier les pratiques et assurer la scientificité du dispositif.

Notes

¹ Voir le site à l'adresse URL : www.recherche-qualitative.qc.ca

² Groupes de discussion : Définitions conceptuelles, usages transdisciplinaires et ancrages épistémologiques. Colloque organisé par l'Université Laval, Département d'information et de communication, Faculté des lettres conjointement avec Association pour la Recherche Qualitative, Québec, Université Laval, 3 et 4 mars 2009.

Références

- Aubel, J. (1994). *Guide pour des études utilisant les discussions de groupe*. Genève : Bureau international du travail.
- Baribeau, C. (Éd.) (1992). La recherche-action : de Kurt Lewin aux pratiques contemporaines. *Recherches qualitatives*, 7.
- Baribeau, C. (2006, Novembre). *Les entretiens de groupe en recherche qualitative*. Communication présentée au colloque de l'Association pour la recherche qualitative : L'instrumentation en recherche qualitative, Trois-Rivières.
- Baribeau, C. (2009). Analyse des données des entretiens de groupe. *Recherches Qualitatives*, 28(1), 133-148.

- Baribeau, C. (avec la collaboration de Mélanie Germain) (2007). Panorama du développement de la recherche qualitative : analyse critique des thèses produites en sciences humaines et sociales depuis dix ans (1996-2005), en langue française dans les universités francophones au Québec. *Recherches qualitatives*, 27(2), 28-57.
- Baribeau, C., & Lavoie, L. (2004). *Site WEB en enseignement universitaire : Enseigner à l'UQTR*. (Adresse URL : <http://www.uqtr.ca/enseigner>)
- Basch, C.E. (1987). Focus group interview : an underutilized research technique for improving theory and practice in health education. *Health Education Quarterly*, 14, 411-448.
- Blanchet, A. (1982-1983). Épistémologie critique de l'entretien d'enquête de style non directif. Ses éventuelles distorsions dans le champ des Sciences humaines. *Bulletin de psychologie*, XXXVI(358), 187-194.
- Bohnsack, R. (2004). Group discussion and focus groups. Dans U. Flick, E. von Kardorff, & I. Steinke (Éds), *A companion to qualitative research* (pp. 214-221). London : Sage.
- Boutin, G. (1997). *L'entretien de recherche qualitatif*. Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec.
- Boutin, G. (2007). *L'entretien de groupe en recherche et formation*. Montréal : Éditions Nouvelles.
- Checkland, P.B. (1981). *Systems thinking, systems practice*. Chichester : Wiley.
- Checkland, P.B. (2000). The emergent properties of SSM in use : A symposium by reflective practitioners. *Systematic Practice and Action Research*, 13(6), 799-823.
- de Landsheere, G. (1979). *Dictionnaire de l'évaluation et de la recherche en éducation*. Paris : PUF.
- Deslauriers, J-P. (1991). *Recherche qualitative, guide pratique*. Montréal : Chenelière/McGraw-Hill.
- Deslauriers, J-P. (1992). La recherche-action : de Kurt Lewin aux pratiques contemporaines. *Recherches qualitatives*, 7, 41-43
- Duchesne, S., & Haegel, F. (2005). *L'entretien collectif*. Paris : Armand Colin.
- Fern, E. (2001). *Advanced focus group research*. Thousand Oaks, CA : Sage.

- Geoffrion, P. (1992). Le groupe de discussion. Dans B. Gauthier (Éd.), *Recherche sociale* (2^e éd.) (pp. 311-335). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Geoffrion, P. (2003). Le groupe de discussion. Dans B. Gauthier (Éd.), *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données* (4^e éd.) (pp. 333-356). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Greenbaum, T.L. (1997). *Handbook for focus groups research* (2^e éd.). Thousand Oaks, CA : Sage.
- Guillemette, F., Royer, C., Baribeau, C., Moreau, J., & Racine, M. (2007, Avril). *La recherche qualitative dans le contexte de l'Énoncé de politique des trois conseils (ÉPTC)*. Avis déposé au Groupe consultatif interagence en éthique de la recherche. Association pour la recherche qualitative. http://www.recherche-qualitative.qc.ca/consultation_avis.pdf
- Hess, R. (1983). Histoire et typologie de la recherche-action. *POUR*, 90, 9-16.
- Karsenti, T., & Savoie-Zajc, L. (2000). *Introduction à la recherche en éducation*. Sherbrooke : CRP.
- Legendre, R. (1993). *Dictionnaire actuel de l'éducation*. Montréal, Paris : Guérin, Eska, I à XI
- Mayer, R., & Ouellet, F. (1991). *Méthodologie de recherche pour les intervenants sociaux*. Montréal : Gaëtan Morin.
- Merton, R.K. (1987). The focused interview and focus groups : continuities and discontinuities. *Public Opinion Quarterly*, 51(3), 550-556.
- Morgan, D.L. (1993). *Successful focus groups. Advancing the state of the art*. Newbury Park, CA : Sage.
- Morgan, D.L. (1997). *Focus groups as qualitative research*. Thousand Oaks, CA : Sage.
- Morgan, D.L., Krueger, R.A., & King, J.A. (1998). *Focus group kit*. Thousand Oaks, CA : Sage.
- Morgan, D.L., & Spanish, M.T. (1984). *Focus groups : a new tool for qualitative research*. *Qualitative sociology*, 7, 253-270.
- Morrison, D.E. (1998). *The search for a method : focus groups and the development of mass communication research*. Luton : University of Luton Press.

- Morrison, D.E. (2000) *The search for an understanding : administrative communications research and focus groups in practice*. Luton : University of Luton Press.
- Mucchielli, A. (Éd.) (1996). *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales*. Paris : Armand Colin.
- Mucchielli, R. (1987). *L'interview de groupe*. Paris : Éditions ESF.
- Poupart, J., Deslauriers, J.-P., Groulx, L.-H., Laperrière, A., Mayer, R., & Pires, A.P. (Éds). (1997). *La recherche qualitative : Enjeux épistémologiques et méthodologiques*. Boucherville : Gaétan Morin.
- Puchta, C. (2004). *Focus group practice*. Thousand Oaks, CA : Sage.
- Royer, C., & Baribeau, C. (avec la collaboration de A. Duchesne) (2008, Mai). *Les entretiens individuels dans la recherche en sciences sociales au Québec : où en sommes-nous? Un panorama des usages*. Communication présentée au Colloque de l'Association pour la recherche qualitative : La recherche qualitative : perspectives comparatives. 76^e Congrès de l'ACFAS, Québec.
- Savoie-Zajc, L., & Boyer, J.-Y. (Éds) (1997). *Didactique du français : méthodes de recherche*. Montréal : Logiques
- Schön, A.D. (1994). *Le praticien réflexif. À la recherche du savoir caché dans l'agir professionnel*. Montréal : Logiques.
- Silipigni Connaway, L. (1996). Focus group interviews. A data collection methodology for decision making. *Library Administration & Management*, 10(4), 231-239.
- Simard, G. (1989). *La méthode du focus group*. Québec : Mondia.
- Streiffler, F. (1982). L'interview de groupe. *Revue suisse de sociologie*, 8(3), 567-590.
- Van Campenhoudt, L., Chaumon, J.-M., & Franssen, A. (2005). *La méthode d'analyse en groupe. Applications aux phénomènes sociaux*. Paris : Dunod.
- Van der Maren, J.-M. (1995). *Méthodes de recherche pour l'éducation*. Montréal, Bruxelles : Les Presses de l'Université de Montréal et De Boeck Université.

Colette Baribeau, professeure titulaire associée au Département des Sciences de l'éducation de l'UQTR (méthodologie qualitative et didactique du français); M.A. en littérature (McGill), M.A en éducation (UQTR), Ph. D. en éducation (U. de Montréal). Contributions à diverses thématiques de recherche : l'évolution des conceptions de

l'enseignement-apprentissage du français chez les étudiants en formation initiale des maîtres, les attitudes et habitudes de lecture des adolescents, l'élaboration d'un dictionnaire du français standard au Québec. Intérêt particulier pour les méthodologies qualitatives et l'analyse de données. À la retraite depuis 2004, elle s'occupe de pédagogie universitaire et est activement engagée dans l'ARQ.

***Mélanie Germain**, étudiante en maîtrise, département des Sciences de l'éducation, UQTR. Contributions aux travaux de recherche et de développement de sites en pédagogie universitaire et en développement de l'enfant.*

Formats des groupes et types de discussion dans la recherche sociale qualitative

Andrés Davila, Maître de conférences

Université du Pays Basque

Mario Domínguez, Maître de conférences

Université Complutense de Madrid

Résumé

La dénomination « entretiens de groupe » renvoie à une pluralité de dispositifs de groupes de recherche. Compte tenu de la confusion qui est souvent malheureusement faite entre certains de ces dispositifs, cet article cherche à souligner l'intérêt que représente pour la recherche sociale qualitative le fait de mieux nuancer les différences entre l'entretien simultané, le *focus group* et le groupe de discussion, concrètement. C'est pourquoi cet article a pour objectif la prise en considération, tout à la fois, de sa configuration socio-historique (en ce qui concerne les entretiens simultanés pionniers ou *focused interviews*, par exemple), et de la forme distincte de la discussion que chacun met en scène (soit le débat soit la conversation), ainsi que de leurs dynamiques (semi-directive et progressive, pour le *focus group*, et non directive et processuelle, pour le groupe de discussion). Plaidant pour la possibilité d'une complémentarité des dispositifs plutôt que pour leur chevauchement.

Mots clés

RECHERCHE QUALITATIVE, PROCESSUS DE RECHERCHE, *FOCUS GROUP*, DÉBAT, GROUPE DE DISCUSSION, CONVERSATION, DISCOURS

Introduction

Un bref survol de la bibliographie spécialisée nous permet d'examiner l'usage qui y est fait de la dénomination « entretien de groupe » et en révèle le caractère polysémique. En fait, elle est utilisée indistinctement pour se référer à des méthodes de recherche sociale très dissemblables. Il est vrai que cette

dénomination fait référence au point commun à toutes ces méthodes consistant à travailler en situation d'entretien collectif, mais il est tout aussi vrai que l'utilisation généralisée de cette dénomination entraîne une confusion méthodologique croissante. Il n'est que de voir par exemple l'équivalence de plus en plus fréquente qui est faite entre *focus group* et *groupe de discussion*, comme si tout se résumait à la simple traduction idiomatique de deux dénominations pour un même *instrument de collecte* de données... au lieu d'aborder la manière selon laquelle l'un et l'autre sont constitués en tant que *dispositifs de production* de données.

C'est précisément sur ces aspects que nous voulons nous arrêter dans cet article, attentivement au fait que la distinction entre les spécificités de chacun de ces deux dispositifs de recherche est une condition nécessaire – quoique non suffisante – pour établir sa pertinence en vue de mettre en place une recherche. En outre, dans une telle recherche, les différents dispositifs pourraient aussi être concurremment utilisés, mais seulement lorsque nous saurons ce que chacun d'eux permet et empêche (ou, si l'on préfère, ce que chacun d'eux peut donner de lui-même). En fin de compte, ce n'est pas un type de dispositif précis qui confère sa forme à une recherche sociale qualitative, mais le *processus* même que celle-ci implique en fonction des divers moments qui la constituent. Et, dans cette optique, nous ne devrions pas perdre de vue le fait que, entre autres exigences, ce processus inclut l'adoption d'un positionnement « contre tout *usage acritique* des techniques de recherche » (Ortí, 1990, p. 154). En effet, aucun dispositif de recherche n'est innocent ou neutre, car chacun d'eux a sa propre constitution sociohistorique.

Pour pouvoir mettre en perspective la dénomination même d'entretien de groupe, il nous faut commencer par établir un point de référence commun à tous les lecteurs. Cependant, eu égard à l'hétérogénéité des situations et des dispositifs visés par telle ou telle mention de l'entretien de groupe, il n'est pas facile d'en choisir une qui soit capable de souligner les aspects qui le caractériseraient à chaque fois qu'il y est fait allusion, c'est-à-dire sans donner la prééminence à un dispositif plutôt qu'à un autre lorsqu'il s'agit de caractériser l'entretien de groupe.

C'est la raison pour laquelle nous reprenons ici cette caractérisation de Colette Baribeau, dans un article consacré à l'analyse de données obtenues par le biais de cette méthode : « L'entretien de groupe, comme son nom l'indique, suppose un groupe, un animateur et une discussion entre ces personnes » (Baribeau, 2009, p. 134). Le principal motif de notre choix réside dans le fait que cette caractérisation, aussi simple qu'évidente en apparence, rend compte des aspects communs aux divers dispositifs qui convergent sous cette

dénomination, mais également de ceux qui les différencient : les types de discussion, de groupe, de dynamique... précisément. Au long des sections suivantes, nous examinerons chacune de ces différences à la lumière de certains dispositifs concernés par cette caractérisation.

Au-delà de l'administration d'une série de questions... la discussion

Discussion et recherche qualitative

Il est indubitable que la discussion est présente dans les dispositifs groupaux de recherche, même si les types de discussion varient selon les cas. En fait, s'agissant de dispositifs de recherche sociale qualitative, les acceptions de l'action de « discuter » à prendre en considération sont trois en particulier :

- traiter attentivement et particulièrement une matière, oralement ou par écrit;
- considérer un sujet en le débattant;
- avoir une conversation sur un sujet.

Chacune indique une forme différente de la discussion qui se met en scène : l'examen, le débat et la conversation. À savoir trois situations d'énonciation précisément instituées par des dispositifs de recherche tels que l'entretien simultané, le *focus group* et le groupe de discussion, respectivement. Tout cela apparaît dès que l'on s'intéresse, même brièvement, à l'origine et à l'évolution de chacun d'eux.

Examinons la dénomination même de « groupe de discussion », qui laisse percevoir les échos d'une autre époque, la seconde moitié des années quarante, où la désignation de « *discussion groups* » identifiait certaines expérimentations à caractère contrôlé, inspirées par les positions de Kurt Lewin; expérimentations établies pour l'étude de dynamiques de groupe, ainsi que pour la production de changement social en termes de formation et d'apprentissage dans les enseignements de base (Bradford & French, 1948). Une dénomination à laquelle s'est toutefois rapidement substituée celle de T-group (abréviation de *Training group*), correspondant à ce que Lewin et son équipe ont mis en œuvre en 1947. Dénomination qui connaîtra alors un développement considérable dans le domaine de l'intervention psychosociologique au sein d'organisations et d'institutions tout d'abord aux États-Unis puis, à la fin la décennie suivante, en Europe. Au cours de l'époque qui a suivi la Seconde Guerre mondiale s'est également développée la psychothérapie de groupe, tant en raison de l'adoption psychanalytique de l'initiative, lancée en 1931-1932 par le médecin, philosophe et sociologue Jacob Levy Moreno (pionnier de l'approche psychodramatique ou de la sociométrie topologique), que de l'approche clinique (à la différence de

l'approche psychosociale des T-groups) esquissée par Carl Rogers depuis les années cinquante sous la forme des « *encounter groups* » (Rogers, 1970).

Ces deux contextes de l'utilisation de dispositifs de groupes se révèlent déterminants au moment d'aborder la proposition et le développement du *groupe de discussion* pour la recherche sociale. Comme l'a si bien indiqué le sociologue Jesús Ibáñez dans sa vision des fondements, tant épistémologiques que méthodologiques, de ce type de groupe :

Le cœur de la dynamique de groupe se situe au niveau du groupe de travail (il tient compte du domaine social, mais pas du domaine libidinal), le cœur de la psychothérapie de groupe se situe au niveau du groupe de base (il tient compte du domaine libidinal, mais pas du domaine social) : le groupe de discussion est parfaitement équilibré, son cœur coïncide avec le centre de gravité au niveau de la bordure entre le groupe de base et le groupe de travail (il prend en compte l'articulation entre le domaine libidinal et le domaine social) (Ibáñez, 1981, p. 21).

Cette proposition d'un troisième contexte d'utilisation de ces dispositifs de groupes en recherche sociale plaide pour la construction d'un lieu pour une instance qui n'est plus extérieure ni intérieure, mais frontalière. Un lieu de rencontre, un espace et un temps conçus pour une tâche collective d'élaboration symbolique et inscrite dans le social : converser. Et la prise en charge, par ceux qui se constituent en membres de ce petit groupe, du travail commun consistant à entretenir une conversation, est précisément ce qui nous place dans un cadre d'interlocution non directive.

De la focused interview au focus group

Il est une autre situation énonciative, bien différente : celle qui suppose un débat. Cette situation d'énonciation propre au *focus group* présente des traits caractéristiques parmi lesquels nous retiendrons que, pour l'obtention de données, il est proposé de dépasser le domaine des *interviews* à questionnaires, encore que cette production de données reste envisagée du point de vue du jeu généralisé de questions-réponses qui y sont traitées. À cet égard, il ne faut pas oublier le fait qu'à l'origine du *focus group* se trouve précisément la *focused interview*, telle qu'envisagée par Robert Merton face au refus de plus en plus fréquent opposé par de « nombreux sujets, personnes et même des comportements et des questions sociales » au fait d'être « traités par le biais de moyennes statistiques » (Merton, Fiske & Kendall, 1990, p. x). De fait, le début de ces groupes date de la fin de l'année 1941 lorsque, à la demande de Paul Lazarsfeld et de son équipe, Merton en programme l'utilisation comme un mécanisme complémentaire, pour mieux affiner, d'une part les réponses

obtenues au préalable par des questionnaires sur des audiences radiophoniques –s’agissant de capter des motifs et des réflexions sur lesdites réponses de la part de ceux qui les avaient donnés –, et d’autre part l’évaluation de certains films produits pour remonter le moral et les convictions des soldats durant la II^e Guerre mondiale.

Ses principes méthodologiques premiers figurent dans les interviews, sans codification des réponses, utilisées dans les épreuves de pré-test du questionnaire et de vérification de la qualité des données fournies dans les enquêtes. Des principes qui, tant en vue de peser sur des comportements collectifs déterminés que de favoriser un contexte social de persuasion de masse, allaient bientôt être appliqués à des groupes naturels, mais suivant la logique du « gain de temps et d’argent réalisé lorsque c’est un groupe de personnes qui est interviewé simultanément au lieu d’individus différents interviewés à différents moments » (Flick, 2004, p. 127). Une logique qui, au bas mot, rendrait sujette à caution la notion même de groupe par rapport à ce dispositif¹. C’est la raison pour laquelle nous avons opté ici pour la dénomination d’« entretien simultané », qui nous semble répondre plus précisément à ses caractéristiques.

Malgré cette continuité intellectuelle claire, les différences existant entre les deux types d’*interviews*, de groupe et individuels (Boutin, 1997, p. 34) n’ont pas tardé à se faire jour. En termes pragmatiques, l’*interview* de groupe s’est révélée beaucoup plus difficile à orienter vers des objectifs déjà prévus et, de même, les résultats obtenus échappaient fréquemment à leur traitement quantitatif ultérieur. Cependant, l’expansion de ces *focused groups* pionniers était plutôt due à l’utilisation qui en a été faite sous la pression des études de marché et la recherche de données comparables. Au point de considérer la redondance supposée des informations fournies par eux comme une donnée valable pour calculer la répartition des réponses; de sorte que, si plusieurs groupes répétaient une opinion, cela signifierait que ladite opinion est amplement partagée. Par ailleurs, outre le fait de multiplier le nombre de sujets interrogés, les *focused groups* (dénommés par la suite *focus groups*) présentaient divers avantages par rapport aux entretiens individualisés, ainsi celui de permettre de multiples définitions d’une même situation, ou des réponses plus diversifiées, voire innovantes, par rapport au guide préétabli.

En réalité, l’intervention de chaque participant établit implicitement un modèle pour le reste, de façon à fournir des réponses de plus en plus personnalisées, ce qui a pour résultat de structurer le débat sous forme d’un flux circulant dans une direction grâce au relâchement successif des inhibitions (Merton, Fiske & Kendall, 1990, p. 143). Il faut réaffirmer que, contrairement à

ce qui arrive dans une situation d'entretien simultané ou *focused interview* (dont les participants ne génèrent qu'une série d'interventions individuelles dans un contexte collectif d'écoute), dans une situation de *focus group* il y a reconnaissance mutuelle des autres en termes de co-construction énonciative; cependant, sa structure telle qu'elle se présente pèse encore trop sur l'appréhension des aspects propres de l'interaction entre *intervieweur* et *interviewé* (effet halo, influence, etc.), incarnés ici dans les figures du modérateur et des participants du groupe.

À titre de résumé, nous présentons dans le Tableau 1 quelques-unes des caractéristiques distinctives mentionnées jusqu'à présent à propos de chacun des dispositifs, classés par degré d'ouverture du plus petit au plus grand.

Le guide, le scénario et le groupe (soit « centré », soit de discussion)

Face à l'amalgame peu regardant qui est souvent fait, dans nombre d'articles et de manuels de recherche sociale qualitative, entre les dispositifs de *focus group* et de groupe de discussion, il nous semble particulièrement bien approprié de proposer une comparaison synthétique entre ces deux dispositifs en tenant compte de certains de leurs traits les plus caractéristiques. Nous nous proposons ici de contester l'estompage des différences entre *focus groups* et groupes de discussion. De plus en plus fréquente dans la pratique de recherche, la confusion des deux formulations empêche d'envisager l'éventualité même (ainsi que les différents modes) de leur complémentarité. Ce n'est pas sans raison que dans l'utilisation de *focus groups* priorité est généralement donnée à une orientation plutôt instrumentale, axée vers l'obtention de données tandis que, dans le cas de groupes de discussion, l'orientation est plutôt critique, axée sur la compréhension des processus sociaux en cours. Même si les deux orientations doivent être présentes, à un degré plus ou moins fort et selon le cas, dans la réalisation de chaque recherche concrète.

Du guide de débat pour un focus group...

À cet effet, il n'est pas inutile de commencer par rappeler ce qui est exprimé dans la dénomination même de *focus group* : « focaliseur » désigne un appareil ou dispositif servant à focaliser; c'est-à-dire, concentrer, rassembler. Ainsi, un faisceau lumineux se focalise en concentrant un rayonnement en un point, le « foyer ». Est « focal » ce qui concerne un foyer : le foyer d'un instrument d'optique, les foyers d'un cône... le foyer de feu; car enfin, *focal* et *foyer* dérivent du latin classique *focus* : « feu », donc le lieu central et symbolique du foyer dans les pièces d'une maison, et que l'on retrouve encore dans la traduction de *focus group* par « groupe centré ». Une exigence permanente de focalisation qui, en tout cas, retombe sur la personne qui contrôle le groupe. Rien d'étonnant donc à l'effort consacré à ce sujet dans la bibliographie spécia-

Tableau 1
Formats de groupes et types de discussion

<i>Formats de groupes</i>	Entretien simultané	<i>Focus group</i>	Groupe de discussion
<i>Types de discussion</i>	Confrontation d'opinions par le biais de l' <i>administration individualisée d'une série de questions</i> qui doivent recevoir des réponses en public.	Un <i>ensemble de discussions</i> (sous forme d'échanges successifs d'arguments divers) <i>focalisées</i> par une interaction semi-directive.	<i>Une seule discussion</i> (provoquée en vue d'une recherche concrète) mais <i>ouverte au cours de son développement</i> non directif
<i>Situation d'énonciation</i>	<i>Examen</i>	<i>Débat</i>	<i>Conversation</i>

lisée (comme Krueger, 1994 ou Greenbaum, 1998, par exemple), qui se distingue par son ardeur à déterminer les caractéristiques propres à un bon modérateur ou animateur, mais aussi par la préoccupation envers tout ce qui touche à la préparation et au déroulement d'une série de discussions dans une même session.

C'est dans cette perspective que s'est élaboré le *guide pour un débat*. En définitive, le débat est le mode adopté par toute discussion faite de récapitulatifs partiels, en vue de faire un bilan final. C'est pour cela que, dans un tel guide, il faut examiner l'introduction des différents thèmes à traiter, avec leurs respectives questions préétablies (tant en termes d'influence que d'attribution), ainsi que le matériel qui pourrait être requis à cet égard dans chaque cas. Il s'agit donc d'une construction linéaire et continue, par épisodes, de tel dispositif groupal de recherche. Construction chronologique qui apparaît manifeste chaque fois que l'on pose comme critère de référence que « le modèle recommandé pour débiter la discussion de groupe comporte quatre étapes : 1. La bienvenue; 2. Le rappel du thème à traiter; 3. Les règles de base; 4. La première question » (Krueger, 1994, p. 113). Il en résulte que l'évaluation de la consistance interne et du degré d'imprécision des réponses figure parmi les préoccupations de base à propos de l'information obtenue par ce biais.

La Figure 1 montre la mise en forme du *focus group* comme une succession de plans étagés en profondeur (a, b, c...) avec l'objectif de parvenir

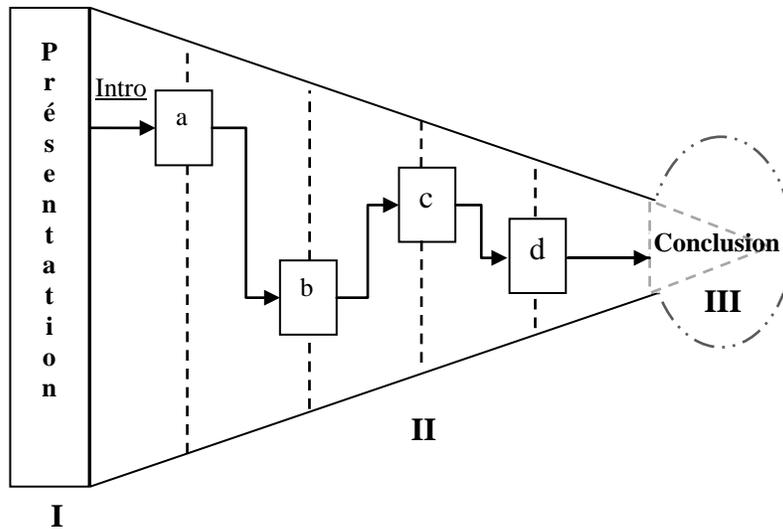


Figure 1 : Stratégie du GUIDE de débat (topic guide) pour un *focus group*

à une conclusion concertée par l'intermédiaire d'une dynamique semi-directive. Pour les modérateurs qui animent les discussions de groupe, il faut mettre en balance les opinions des (3 à 6) participants du débat, répertorier les thèmes qui ont été discutés, et chercher à obtenir le consensus.

...au scénario de conversation pour un groupe de discussion

Dans le groupe de discussion priment cependant la constitution et la dissolution du groupe moyennant la conversation entre ses (6 à 9) participants. Si ceux-ci peuvent s'entretenir de manière informelle, c'est que, au contraire du *focus group*, il ne s'agit pas de diriger la dynamique du groupe en respectant une grille d'entrevue ni de maintenir les débats à l'intérieur de frontières établies d'avance. Il s'agit de provoquer une conversation orientée. Le groupe de discussion se caractérise ainsi par le développement non-directif d'une discussion génératrice de signification, et non seulement d'information. D'où l'importance qu'acquiert l'élaboration de la stratégie à suivre dans chaque cas par l'intermédiaire d'un *scénario schématique de conversation*, qui peut être divisé en trois sections fondamentales :

- I. l'examen des modes selon lesquels seront présentées tout à la fois la recherche et ceux qui la conduisent, ainsi que la session et ceux qui y participent, toutes ces présentations devant être en consonance avec les aspects préalablement traités pendant la prise de contact;
- II. la détermination de la manière dont on souhaite susciter la conversation de la part du groupe; à savoir, une provocation initiale qui devra être cohérente avec ce qui a déjà été exposé tant au cours de la prise de contact que lors des présentations, et qui devra également être capable de provoquer une dynamique ouverte de conversation (généralement dénommée « discours libre »);
- III. l'élaboration d'un ordre logique (et non chronologique ou selon des séquences à suivre par le groupe) des diverses situations, des diverses thématiques, des diverses questions... impliquées par les objectifs concrets de la recherche, en vue de les aborder dans la conversation de groupe et lors des provocations (tant initiale que de relance). En effet, le scénario rend compte de la stratégie d'urgence et de l'induction à la discussion de celui qui assume la figure de *précepteur* du groupe (la personne qui prend en charge la dynamique du groupe sans y prendre part).

La Figure 2 schématise la vocation à intégrer le devenir conversationnel (c'est-à-dire les manières de discourir et de dériver du groupe), caractéristique du *scénario* pour un groupe de discussion, par opposition à l'évocation d'un ordre de débat préétabli (que le groupe doit respecter progressivement), propre au *guide* du *focus group*.

Les moments dans le processus de recherche qualitative

À travers cette confrontation entre l'une et l'autre technique de groupe, esquissées ici avec les Figures 1 et 2, nous voudrions pointer une distinction trop souvent négligée entre une orientation plus progressive du *focus group* et l'orientation nettement processuelle du groupe de discussion.

Il est indubitable que la confusion habituelle entre *processus* et *progrès*, au point de les considérer comme synonymes, n'aide pas vraiment à souligner cette distinction. Dans chaque processus nous pourrions apprécier des moments, chacun d'eux comportant non seulement ce qui est susceptible de contribuer à sa mise en marche (progrès), mais aussi à sa mise en question (Davila, 2007). Il s'agit là d'une différenciation importante si l'on considère qu'une recherche sociale qualitative est constituée sous la forme d'un *processus de recherche ouvert*. Un type de processus qui est assumé de manière radicale par la technique du groupe de discussion.

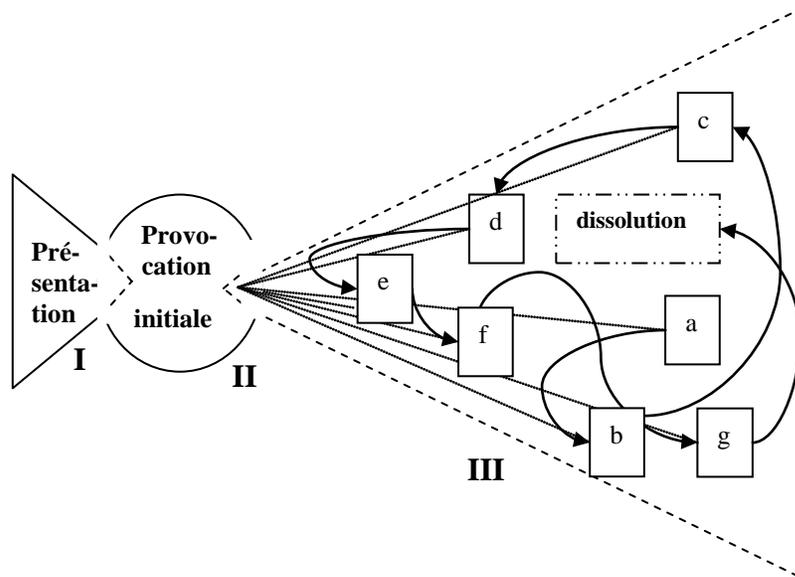


Figure 2 : Stratégie du SCÉNARIO de conversation pour un Groupe de discussion

La Figure 3 montre jusqu'à quel point le processus est ouvert, versus la version par étapes qui est typique de la recherche quantitative, tant en ce qui concerne le design (qui « sera modifié en fonction des événements imprévus qui surviennent tout au long du processus ») que l'analyse (« dans la mesure où peuvent se produire des informations non prévues dans le design »); tant en ce qui concerne les dispositifs (d'où la dénomination plus appropriée d'« entrevue ouverte », justifiée par son caractère non directif, au lieu d'« entrevue en profondeur ») que les personnes qui les constituent – en intégrant le sujet de la recherche, conçu comme un *sujet en processus* –, face à l'insistante disjonction entre sujet et objet opérée par le paradigme classique (Ibáñez, 1986b, p. 72-78). Paradigme à partir duquel une recherche sociale se constitue uniquement comme appareil de capture dont la méthode est la reproduction itérative, et dont les opérations fondamentales (réaction, disjonction et réjection, décrites par Edgar Morin) se réunissent sous la dénomination de « paradigme de simplification » (Morin, 1981). À cet égard, il nous faut souligner le fait que l'invention du groupe de discussion répond à un paradigme complexe pour la recherche sociale (Davila, 1997), dans lequel il s'inscrit en tant que pratique conversationnelle avant que d'être une réunion de groupe.

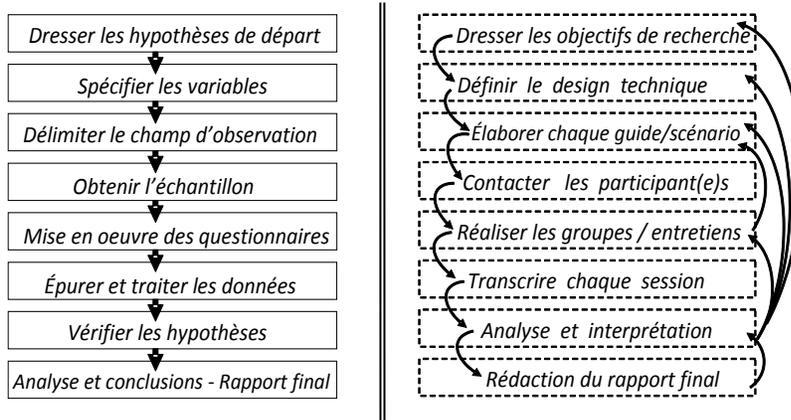


Figure 3 : Conformation d'une recherche sociale en étapes ou en boucles (Davila , 2007, p. 187)

Spécificités du groupe de discussion : pratique de la conversation et discours

La pratique de la conversation dans le processus de recherche

La conversation, « cette relation sociale élémentaire » et « tout à fait négligée par les sociologues² » (Tarde, 1989, p. 7), se donne tant comme la forme par antonomase de la rencontre (converser, c'est, avant tout, se fréquenter, ce qui était le sens propre du latin *conversari*) que comme dialogue dans toute son ambivalence (en le modelant en termes à la fois de réciprocité et de divergence). Aussi avons-nous tendance à oublier qu'une dénomination comme celle de « réunion de groupe » se réfère au groupe de base et qu'en aucun cas elle ne pourrait rendre compte d'un dispositif tel que celui du groupe de discussion, où « la provocation est délimitée par la formation du groupe et la proposition d'un thème de discussion, alors que l'écoute n'est délimitée que par ce qui est pertinent pour ce thème » (Ibáñez, 1986b, p. 76).

Ce qui est propre à un groupe de discussion, c'est la génération d'une conversation – et d'une seule – entre les membres du groupe, et non pas la prolifération de plusieurs conversations, distinctes et croisées, qui rendrait impossible le processus de production du groupe lui-même. D'où l'importance, tant du design de la recherche et de l'échantillonnage, que de la transcription lorsque nous travaillons en groupes de discussion. Le design et l'échantillonnage permettent de rendre compte de ceux qui doivent entretenir la

conversation (structure et formation de chaque groupe de discussion), tandis que sa transcription fait apparaître ses moments constitutifs. Développons maintenant brièvement ces deux aspects :

Commençons par le design de la recherche et la caractérisation de ceux qui doivent entretenir la conversation, en rappelant que, dans la formulation du groupe de discussion, « la conversation est un tout : un tout qui est plus que la somme de ses parties, qui ne peut pas se répartir en interlocuteurs ni en (inter)locutions – c'est pourquoi c'est l'unité minimale. Chaque interlocuteur est non pas une entité, mais un processus : en conversant, il change, tout comme change également le système dans lequel il converse » (Ibáñez, 1991, p. 77).

Et c'est précisément pour que personne ne cesse de parler, ou ne parle en fonction de ce qu'il croit être la pensée des autres (restreignant ainsi la conversation sous l'effet de préjugés et d'idées préconçues sur les autres), que le groupe de discussion se compose habituellement de personnes qui n'avaient pas de relations proches ou fréquentes, afin de minimiser les sous-entendus habituels entre personnes qui se connaissent déjà. De fait, le dispositif du groupe de discussion nous éloigne du groupe naturel, au point de se révéler dès sa propre constitution comme un groupe simulé et manipulable :

- *simulé*, car il s'agit d'« un groupe purement imaginaire, un groupe qui ne devient groupe qu'en espérance... car [ses participants/membres] ne pourront être réunis que pendant qu'ils parlent [et] l'espace de la réunion ne leur sera assigné que pour le temps de la discussion » (Ibáñez, 1986a, p. 271);
- et *manipulable*, car le chercheur (ou précepteur) « a en main tous les fils qui meuvent le groupe. Il a le pouvoir de leur assigner l'espace et, en contrôlant la durée de cette assignation, de contrôler leur temps. Mais il a également le pouvoir de déterminer le groupe : il fixe le nombre et les personnes qui vont venir » (Ibáñez, p. 272), en fonction des objectifs de recherche fixés.

Loin de l'assimiler à un tout homogène et stable en le naturalisant, il s'agit, en traçant ses frontières (taille, durée, dynamique, composition, etc.), de permettre l'objectivation symbolique des processus sociaux par lesquels « tout groupe vit des compromis qu'il invente et des contradictions qu'il génère (jusqu'à des seuils au-delà desquels il ne peut pas les assumer) » (Certeau, 1994, p. 249). C'est la raison pour laquelle, au moment d'établir les caractéristiques sociales qui constituent la composition d'un groupe de discussion, il nous faudra tenir compte de l'homogénéité et de l'hétérogénéité de ce groupe, donc de ses profils définis à partir des caractéristiques sociales

prises en considération dans le design technique de la recherche, dans chaque cas particulier. À partir de la variable sexe, par exemple, on peut délimiter un groupe homogène au cas où tous les membres du groupe seraient hommes ou femmes; d'un autre côté, on peut délimiter un groupe hétérogène si le groupe est composé d'hommes et de femmes. Le profil d'un groupe peut être homogène selon telle variable et, en même temps, hétérogène selon telle autre. Ainsi un groupe composé d'hommes et de femmes, tous enseignants, est-il un groupe homogène à l'égard de la variable « emploi » et hétérogène à l'égard de la variable « sexe ».

La conception et la sélection de l'échantillon composé par les profils de groupes choisis permettent de construire l'espace social de référence de la recherche concrète dans lequel s'inscrivent les groupes de discussion.

À cet égard, le choix exclusif de groupes de discussion, tout comme l'utilisation complémentaire de *focus groups* avec des groupes de discussion, nous permettront, en vertu de similitudes et de différences constitutives, d'analyser les différentes positions socio-discursives qui configurent l'espace social de référence à étudier.

Dans une recherche sociale qualitative, pour dessiner l'échantillon de la recherche, on procède par saturation des positions de l'espace social de référence. Les critères de choix ne sont donc pas l'étendue – puisque la représentativité statistique n'intervient pas ici – mais la pertinence et l'adéquation aux objectifs de recherche (Plummer, 1983). Ainsi, s'agissant d'un échantillon structurel et non statistique, il convient de déterminer le minimum technique pertinent des groupes requis pour chaque étude correcte afin de pouvoir obtenir, par l'analyse, des régularités significatives au lieu d'une redondance répétitive. Prenons, par exemple, le cas d'une recherche sur les représentations sociales de la forêt. Le fait d'établir l'échantillon à partir de divers profils de groupes du secteur forestier (travailleurs, propriétaires, etc.) nous permet de confirmer la répétition de stéréotypes (tel que le cas de la portée de l'image de la forêt en tant que poumon); mais aussi bien nous permet de détecter l'émergence d'autres images qui, bien qu'elles surgissent rarement, nous apportent des clés importantes pour l'analyse (tel que le cas de la fonction dépurative de la forêt à partir de l'image du rein). Le simple fait de constater ces déplacements de sens (le rein à l'égard du poumon) nous place dans un autre registre d'interprétation des activités qui donnent forme à ce monde social (Shibutani, 1955).

Le groupe de discussion, la conversation et le discours

Au contraire du *focus group* dont la dynamique coupe le discours de groupe, le groupe de discussion est une technique de recherche qui favorise dudit discours

à travers de la conversation réalisée. De cette manière, à notre avis, le groupe de discussion est une technique spécialement adéquate pour étudier l'objet de recherche à partir d'une perspective qu'envisage la délimitation, l'analyse et l'interprétation des divers positions socio-discursives présentes dans ledit objet.

Il convient de clarifier la distinction entre le discours produit par chaque sujet énonciateur du groupe (discours comme produit de l'énonciation de chaque sujet membre du groupe) et le « discours de groupe » (discours comme produit de la conversation du groupe); ce qui devient indubitablement confus en raison de l'utilisation fréquente d'expressions telles que le « discours du groupe » qui laisse entendre que le groupe produit « un discours » alors que ce qui est produit à travers le groupe est « du discours », c'est-à-dire des potentialités discursives qui feront l'objet d'une distinction dans l'analyse, le moment venu. C'est un processus qui suppose l'échange de pratiques signifiantes, ce qui, dans le cas du groupe de discussion, implique d'interpréter et d'analyser les conventions significatives, linguistiques et non linguistiques, qui y ont cours.

Pour cela, il est crucial de passer par la transcription de toutes et chacune des sessions. Transcription qui, il faut le souligner, doit être *littérale* de sorte que, dans chacune d'elles, nous mentionnerons tous les marqueurs linguistiques (jusqu'aux signes de ponctuation) et paralinguistiques (donc, identifiant chaque personne intervenante, et enregistrant les intonations, les rires, les gestes, les silences, les pauses, le temps, etc.) nécessaires pour rendre compte de ce déplacement de l'oral à l'écrit. Le fait de consigner tous ces éléments dans le texte nous permettra de le comprendre dans son sens le plus complet, en dotant de sens le texte alors considéré comme produit d'une situation d'énonciation spécifique. En effet, la clé du processus d'analyse est une lecture et relecture du texte, moment par moment, bloc par bloc, mot par mot...; (re)lecture associée à un sens critique de la part de la personne qui mène la recherche, ce qui impliquera des questionnements répétés concernant la manière dont on parle d'une affaire : Est-ce la seule manière possible? Y a-t-il d'autres façons de dire la même chose? Pourquoi est-ce cette forme qui est utilisée ici et maintenant et pas une autre? etc. Il s'agit donc de travailler à la fois le niveau explicite de ce qui se dit dans le groupe et le niveau implicite ou, si l'on préfère, le non-dit que nous analyserons à partir de constructions particulières de la phrase, de certaines intonations (qui dénotent ironie ou sarcasme, par exemple), de telle ou telle réticence dans la parole... et que seule la transcription littérale nous restitue. N'oublions pas que la conversation caractéristique du groupe de discussion est la « conversation en zigzag » (Moeschler, 1984, p. 168), et que chacun des réaménagements demande que soient indiquées les conditions de production des énoncés, ce qui nous révèle jusqu'à quel point ce qui se dit sera

aussi important que le fait de savoir quand, pourquoi, dans quel but, pour qui, comment et jusqu'à quel point cela se dit.

Au contraire de la conception linéaire du discours dans lequel chaque locuteur (ou énonciateur unique chaque fois) contrôle, du début à la fin, ce qui est énoncé, la transcription nous révèle que le discours subit des déviations continues (digressions, parenthèses...) ainsi que des changements de direction qui inscrivent ce qui est énoncé dans une interaction où l'énoncé est interrompu, démenti, modifié, etc. La transcription exprime l'orientation du discours, à la fois en lui attribuant une fin déterminée et en rendant visible son propre déploiement temporel, en un jeu permanent d'anticipations (« je te l'expliquerai plus tard... ») et de retours en arrière (« mais je t'ai déjà dit avant... »); allées et venues propres à la forme d'action qu'implique le *discours* même, terme qui dérive de *discurrere* ou action de parcourir en tous sens³.

Le profil de chaque groupe doit être élaboré en tenant compte du fait que, pour qu'une conversation se fasse dans un groupe de discussion, il faudra que les relations entre leurs participants soient symétriques, de sorte que les relations de domination qui peuvent exister dans l'espace social de référence ne se reproduisent pas dans le groupe, car, dans le cas contraire, il ne serait tout simplement pas possible de constituer un tel groupe et il n'y aurait donc ni conversation, ni discours. Au lieu de quoi, le groupe de discussion est constitué par un groupe de sujets qui sont énonciateurs de discours dans le déroulement de la conversation (la notion de discours s'entendant alors comme le produit d'une situation énonciative); et le groupe de discussion a pour caractéristique propre le fait que, en tant que dispositif de recherche, les discours produits dans la conversation concrète de chaque groupe font partie, à leur tour, de la production de discours.

N'oublions pas que parler est déjà en soi une manière d'agir sur l'autre, en impliquant celui qu'écoute dans ce qui se dit, au point d'en faire un co-énonciateur et non plus un simple destinataire, d'où le fait que, dans tout récit, le développement (discursif) même s'accuse autant, voire plus important que son contenu (informatif). Sans aller plus loin, l'émergence d'une métaphore dans un groupe peut donner le départ à toute une ligne conversationnelle, avec un résultat des plus fructueux pour l'analyse.

En effet, ce n'est pas seulement la métaphore de départ qui présente une importance, mais également le fait que ce soit précisément la dynamique conversationnelle qui renforce la possibilité, pour le cadre métaphorique, de se poursuivre, de se développer et de nous fournir des clés interprétatives importantes pour l'analyse. Prenons, à titre d'exemple, la situation dans laquelle l'un des participants à un groupe de discussion introduit, à propos de

l'obligation d'apprendre et connaître une langue minoritaire, la métaphore de l'acquisition d'un billet de train pour pouvoir monter dans le train; le reste des participants du groupe reprend l'image et se développent des questions telles que l'obligation, l'imposition, le besoin... de l'apprentissage de cette langue, en partant de l'utilisation d'éléments comme le voyage en train, l'achat d'un billet, la fonction du contrôleur du train, les endroits par lesquels le train passe, etc. Au bout de compte, avoir une conversation avec quelqu'un implique de (se) convaincre⁴.

Notes

¹ A l'instar de ce qui se produit avec d'autres dispositifs dont la dénomination inclut un appel au groupe, comme dans le cas du « groupe nominal » où, de l'avis de Lorraine Savoie-Zajc, « l'appellation "groupe" est trompeuse car il s'agit en fait d'un rassemblement d'individus qui n'ont que très peu d'interaction verbale entre eux. Leurs messages sont médiatisés par l'animateur du groupe, d'où l'appellation de "nominal" » (Mucchielli, 1996, p. 88).

² Même plus d'un siècle après que Gabriel Tarde a émis cet avis, avec des exceptions comme celle d'Everett C. Hughes et Mark Benney, pour lesquels « chaque conversation possède son propre équilibre entre révélation et dissimulation des pensées et des intentions : c'est seulement dans des circonstances très inhabituelles que les paroles sont si complètement explicites que chaque mot doit être pris à sa valeur faciale [le modèle de l'échange d'informations entre scientifiques] » (Hughes & Benney, 1996, p. 282).

³ Pour une approche intéressante du discours, pour la recherche sociale, voir Charaudeau et Maingueneau, 2002; Maingueneau, 1991.

⁴ Comme nous l'indiquait déjà Montaigne : « L'art de converser n'est pas un art de convaincre mais bien au contraire : un art d'être convaincu. L'étymologie même du terme l'explique : *L'art de conférer* est littéralement l'art de céder, de passer la parole à l'autre et de lui donner raison, de se vaincre soi-même en se pliant devant l'évidence d'autrui » (Navarro, 2007, p. 291).

Références

- Baribeau, C. (2009). Analyse des données des entretiens de groupe. *Recherches Qualitatives*, 28(1), 133-148.
- Boutin, G. (1997). *L'entretien de recherche qualitatif*. Ste-Foy : Presses de l'Université de Québec.
- Bradford, L.P., & French, J.R.P. (Éds) (1948). The dynamics of the discussion group. *Journal of Social Issues* 4, 1-75.

- Certeau, M. de (1994). L'actif et le passif des appartenances. Dans M. Certeau (Éd.), *La prise de parole et autres écrits politiques* (pp. 248-268). Paris : Seuil.
- Charaudeau, P., & Maingueneau, D. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris : Seuil.
- Davila, A. (1997). Apuntes acerca de una construcción (que en Jesús Ibáñez es y se hace) compleja para la investigación social. Dans F. Álvarez-Uría (Éd.), *Jesús Ibáñez. Teoría y práctica* (pp. 135-152). Madrid : Endymion.
- Davila, A. (2007). Representaciones sociales e investigación social cualitativa. Dans F.J. Cerrato, & A. Palmonari (Éds), *Representaciones sociales y psicología social: comportamiento, globalización y posmodernidad* (pp. 185-204). Valencia : Editorial Promolibro.
- Flick, U. (2004). *Introducción a la investigación cualitativa*. A Coruña-Madrid : Fundación Paideia Galiza-Ediciones Morata.
- Greenbaum, Th.L. (1998). *The handbook for focus group research*. Thousand Oaks : Sage.
- Hughes, E.C., & Benney, M. (1996). La sociologie et l'entretien. Dans E.C. Hughes, *Le regard sociologie. Essais choisis* (pp. 281-290). Paris : École des Hautes Études en Sciences Sociales.
- Ibáñez, J. (1981). Usos tópicos y abusos utópicos de las técnicas de grupo. *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría*, 2, 16-36.
- Ibáñez, J. (1986a). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión : Técnica y crítica* (2^o éd.). Madrid : Siglo XXI.
- Ibáñez, J. (1986b). Perspectivas de la investigación social : El diseño en las tres perspectivas. Dans M. Ferrando, J. Ibáñez, & F. Alvira (Éds) *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid : Alianza Universidad Textos.
- Ibáñez, J. (1991). *El regreso del sujeto. La investigación social de segundo orden*. Santiago. Chili : Editorial Amerindia.
- Krueger, R.A. (1994). *Focus groups. A practical guide for applied research* (2^o éd.). Thousand Oaks : Sage.
- Maingueneau, D. (1991). *L'analyse du discours. Introduction aux lectures de l'archive*. Paris : Hachette.
- Merton, R.K., Fiske, M., & Kendall, P.L. (1990). *The focused interview : a manual of problems and procedures* (2^o éd.). New York : Free Press.

- Moeschler, J. (1984). *Argumentation et conversation. Éléments pour une analyse pragmatique du discours*. Paris : Hatier-Credif.
- Morin, E. (1981). *La Nature de la nature*. Paris : Le Seuil.
- Mucchielli, A. (1996). *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales*. Paris : Armand Colin.
- Navarro Reyes, J. (2007). *Pensar sin certezas. Montaigne y el arte de conversar*. México : Fondo de Cultura Económica.
- Ortí, A. (1990). La apertura y el enfoque cualitativo o estructural : la entrevista abierta y la discusión de grupo. Dans M. Ferrando, J. Ibáñez, & F. Alvira (Éds), *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid : Alianza Universidad Textos.
- Plummer, K. (1983). *Documents of life. An introduction to the problems and literature of a humanistic method*. London : Georges Allen & Unwin.
- Rogers, C.R. (1970). *Carl Rogers on encounter groups*. New York : Harper & Row.
- Shibutani, Th. (1955). Reference groups as perspectives. *American Journal of Sociology*, 60, 522-529.
- Tarde, G. (1989). *L'Opinion et la foule*. Paris : PUF. Document consulté le 7 mars 2009 de http://classiques.uqac.ca/classiques/tarde_gabriel/opinion_et_la_foule/tarde_opinion_et_la_foule.pdf

Andrés Davila est maître de conférences au Département de Sociologie 2, Faculté des Sciences Sociales et de la Communication, Université du Pays Basque (UPV/EHU). Responsable de l'Atelier de Recherche Sociale Qualitative (KOA) et chercheur-membre du Groupe des Études pour la Cohésion Sociale (KOHESLAN). En particulier, il s'intéresse aux méthodologies qualitatives et à la modélisation dans la recherche qualitative et à l'analyse du discours, avec contributions à diverses thématiques de recherche : les conditions de production et de réception des représentations sociales au sujet des minorités défavorisées et migrantes, de l'activité agricole...; la configuration des imaginaires urbains par l'intermédiaire des médias (photographie, notamment); ou l'institutionnalisation et la socialisation des formes sécuritaires, par exemple. Ses projets de recherche en cours portent notamment sur l'innovation sociale dans un contexte de développement durable (en prenant en considération pour cela l'inclusion sociale, l'environnement et la santé).

Mario Domínguez est docteur en sociologie par l'Université Complutense de Madrid-UCM (1998) et maître de conférences à la même Université. Il est également diplômé

en géographie et histoire (1986) et en sociologie (1990). Ses domaines de recherche incluent la théorie sociologique, la sociologie des sciences, la sociologie politique, les mouvements politiques et les conflits sociaux. Il a participé, entre autres, dans les suivantes projets de recherche et développement (R & D) : la mondialisation et les mouvements sociaux, les processus de socialisation dans des conditions extrêmes, l'analyse des théories sociales sur l'aide sociale, et des études sur le développement durable. Il a également participé dans plusieurs publications scientifiques et techniques et à des conférences sur des sujets tels que l'émergence des jeunes contrevenants, les modèles de la réadaptation sociale ou la perception de soi des jeunes squatters en Espagne.

Entretien de groupe dans *Second Life*¹

Guillaume Hervet, Doctorant

Université Laval

Leila El Kamel, Doctorante

TÉLUQ

Benny Rigaux-Bricmont, Ph.D.

Université Laval

Résumé

Après une présentation du monde virtuel *Second Life* et des entretiens de groupe hors ligne et en ligne, nous identifions les variables à prendre en considération afin d'adopter une démarche scientifique dans ce type d'espace et, plus particulièrement, celles pertinentes pour réaliser des entretiens de groupe. Nous présentons par la suite les particularités à connaître pour organiser un entretien de groupe sur *Second Life*. Puis, en nous basant sur notre vécu, nous proposons plusieurs implications permettant d'utiliser cette méthode de recherche de façon optimale.

Mots clés

SECOND LIFE, ENTRETIEN DE GROUPE, MONDE VIRTUEL, MÉTAVERS, MÉTHODE DE RECHERCHE

Introduction

Une étude récente (El Kamel & Rigaux-Bricmont, 2009) a présenté une revue des travaux publiés portant sur les méthodes de recherche qualitative en ligne et les spécificités des conditions de leur application. Une des principales conclusions de ce travail souligne l'émergence d'un nouveau terrain de recherche en ligne, celui des mondes virtuels dans lesquels des avatars représentent l'utilisateur. Aussi appelés métavers (Stephenson, 1992), ce type

d'espace et leur nombre ont considérablement augmenté au cours des dernières années notamment grâce au développement des technologies liées à la réalité virtuelle (Amditis, Karaseitanidis & Mantzouranis, 2008; Castronova, 2005). Parmi ces univers virtuels, *Second Life* est un de ceux qui ont connu un succès important auprès du grand public avec plusieurs millions de comptes créés depuis 2003. À l'heure actuelle, tout individu se connectant à *Second Life* trouvera, généralement, entre 40000 et 80000 personnes avec lesquelles il pourra interagir quel que soit le moment de la journée. En 2009, les usagers ont totalisé près de 481 millions d'heures de fréquentation (une augmentation de 21% par rapport à 2008). Les transactions entre eux ont atteint une valeur de 567 millions de dollars US, une augmentation de 65 % par rapport à 2008 (*Official Second Life Blogs*, 2010a, 2010b). Ces chiffres sont certes élevés, mais il convient de les réinscrire dans le contexte de l'ère digitale. Ainsi, sur *YouTube* près de 20 heures de vidéo sont mises en ligne par les utilisateurs chaque minute (*YouTube Blog*, 2009) alors que dans *Second Life*, le nombre de nouveaux objets créés par minute se limite à 174. Toutefois, avec plus de 100 minutes en moyenne par visite soulignant un fort engagement des personnes impliquées dans ce métavers et plus d'un demi-milliard de dollars US échangés en 2009 (Linden Lab, 2010; *Official Second Life Blogs*, 2010b), *Second Life* représente un environnement de recherche intéressant aussi bien sur le plan économique que d'un point de vue social. À ce titre, de nombreuses organisations (compagnies, musées, ambassades, universités, etc.) ont, d'ores et déjà, mis un pied dans les univers virtuels, en particulier dans *Second Life* (Barnetta, 2009; Jarmon & Sanchez, 2008; Kozlov & Reinhold, 2007; Manu, 2007), et certains chercheurs en marketing n'hésitent pas à parler de l'émergence d'un nouveau paradigme dans leur discipline comme le marketing virtuel (Hendaoui, Limayen & Thompson, 2008).

Dans ces espaces en ligne au sein desquels tout, ou presque tout est devenu possible, des questions d'ordre économique, sociétal et juridique sont posées par les autorités. Ainsi, l'organisation pour la coopération et le développement économiques (OCDE, 2008) s'interroge sur les droits de propriété intellectuelle, le respect de la vie privée et le vol d'identité, mais aussi sur « les questions de réglementation induites par la prévalence croissante des mondes virtuels ». Comme tout nouvel environnement, les univers virtuels suscitent des craintes et des doutes, mais l'implication grandissante des internautes envers les expériences en ligne (USC, 2008) ainsi que l'émergence d'interfaces populaires telles que les consoles de jeu vidéo Wii ou Playstation 3 (Time, 2009) où la communication homme-machine peut s'effectuer par l'intermédiaire d'un avatar, nous laissent penser que ce phénomène continuera à prendre de l'importance dans la décennie à venir.

L'expression « mondes virtuels » regroupe de multiples espaces (plus de 250) dont les objectifs peuvent être différents (*Association of Virtual Worlds*, 2008). Dans le cadre de ce numéro spécial sur les entretiens de groupe, notre choix s'est naturellement orienté vers *Second Life* pour plusieurs raisons. Premièrement, nos connaissances personnelles sur ce monde ont joué un rôle prépondérant car, comme pour tout environnement virtuel et/ou en ligne, l'expérience est un facteur important quand des interactions soutenues comme la réalisation d'un entretien de groupe sont à gérer et, dans le cas présent, à analyser. Deuxièmement, tous les mondes virtuels n'offrent pas la possibilité de mener ce type de recherche, comme c'est le cas des espaces du type MMORPG (*Massively Multiplayer Online Role-Playing Games*). Troisièmement, *Second Life* a suscité un réel engouement de la part de nombreuses institutions d'enseignement, particulièrement universitaires, qui sont maintenant représentées dans ce métavers (pour une liste actualisée, voir Simteach, 2009). À ce titre, il est fort probable que, dans un avenir proche, le nombre de recherches menées dans ce métavers augmente, l'entretien de groupe faisant partie des méthodes qui y sont couramment employées par les chercheurs universitaires. Par exemple, dans son dernier numéro de 2009, la revue « *Recherche et Applications en Marketing* » y consacre deux articles (Parmentier & Rolland, 2009; Haenlein & Kaplan, 2009a). L'appel à communication pour le numéro spécial annuel de la revue en 2011 invite les auteurs à s'intéresser à ces métavers (Haenlein & Kaplan, 2009b). Au quatrième congrès de la CyberSociety (2009), vingt communications ont été faites dans l'atelier de travail D-29 « *Metaverses and 3-D environments* », la plupart d'entre elles étant consacrées à *Second Life*. Des conférences ouvertes aux professeurs et aux chercheurs sont organisées régulièrement dans *Second Life* dont, depuis 2007, la conférence annuelle « *Virtual Worlds - Best Practices in Education* » au mois de mars, qui réunissait 3600 personnes en 2009 (VWBPE, 2010).

Il n'existe pas, à notre connaissance, d'étude ayant présenté les opportunités offertes par *Second Life* pour y réaliser des entretiens de groupe. Aussi, propose-t-on un premier rapprochement entre les connaissances sur les entretiens de groupe (hors et en ligne) et celles que nous avons pu acquérir en utilisant cette méthode dans *Second Life*. Après une présentation de ce monde virtuel et des entretiens de groupe hors ligne et en ligne, nous identifions les variables à prendre en considération afin d'adopter une démarche scientifique dans ce type d'espace et, plus précisément, celles pertinentes pour réaliser des entretiens de groupe. Nous exposons par la suite les particularités à connaître pour organiser un entretien de groupe sur *Second Life*. Puis, en nous basant sur

notre vécu, nous proposons plusieurs implications permettant d'utiliser cette méthode de recherche de façon optimale.

Présentation du métavers *Second Life*

Second Life se distingue des jeux vidéo traditionnels en étant plus qu'un jeu : c'est un environnement virtuel, un monde parallèle (Rymaszewski, Wagner, Winters, Ondrejka, Bastone-Cunningham & *Second Life Residents from around the world*, 2007). Contrairement aux jeux vidéo du type MMORPG, dans *Second Life* l'utilisateur n'a pas de but ou de quête prédéfinie : il ne fait qu'œuvrer à son goût dans l'univers. Même si, à l'heure actuelle, aucune typologie n'obtient encore un large consensus, l'*Association of Virtual Worlds* (2008) propose plusieurs catégories permettant de distinguer les différents mondes virtuels. *Second Life* pourrait alors être décrit comme un monde persistant, c'est-à-dire actif en continu et où le temps s'écoule de manière linéaire, monde fréquenté principalement par des adultes. Ainsi, contrairement à de nombreux jeux vidéo où le joueur peut stopper le temps et reprendre sa partie plus tard, un utilisateur qui ne se rendrait pas dans *Second Life* pourrait ne pas reconnaître les lieux après une absence prolongée. Pour évoluer dans le métavers, l'utilisateur contrôle un avatar (aussi appelé résident) qui est sa représentation graphique. L'apparence des avatars peut être modifiée en tout temps : âge, sexe, taille, couleur, apparence, etc. L'utilisateur peut ainsi viser à une représentation aussi fidèle que possible de lui-même ou encore se créer une tout autre personnalité. Par exemple, il pourrait choisir d'être représenté par un objet (comme un robot) ou par un animal (notamment un *furry*). Pour se déplacer dans *Second Life*, les avatars sont libres de se promener sur un espace « terrestre » constitué de trois principaux continents, ainsi que d'une multitude d'îles présentes dans les océans inter continentaux (30000 à ce jour). Comme dans la vie réelle, les résidents peuvent acheter/louer des îles ou des parcelles de terrain sur lesquelles ils pourront créer les objets de leur choix (logement, bureau, musée, église, voilier, piano...). Nous assistons ici à une ouverture du contenu aux utilisateurs qui le créent, distribuent et soutiennent le développement de la communauté, c'est-à-dire une des caractéristiques des consommateurs-utilisateurs du web 2.0 (Jarvis, 2009).

L'environnement virtuel de *Second Life* reproduit plusieurs aspects de la vie réelle. En plus d'y voir le temps s'écouler de manière linéaire, ce métavers se caractérise par la présence d'une économie fondée sur la monnaie virtuelle, le dollar Linden (L\$) qui peut être converti en devises réelles. Ces dollars peuvent être achetés et vendus directement dans *Second Life* à des taux de change variables, telle une véritable devise. Les avatars peuvent ainsi consommer à leur gré vêtements, accessoires de sport, biens immobiliers,

loisirs, etc. Bien que les biens soient virtuels, *Second Life* est une économie à part entière, d'où son intérêt pour de nombreuses entreprises, universités et organisations gouvernementales. Les utilisateurs peuvent aussi créer, vendre et échanger des objets virtuels sur lesquels ils préservent leurs droits d'auteurs. Enfin, l'aspect social est très développé dans *Second Life* (Ludlow & Wallace, 2007). Peu importe les motivations (rencontrer des gens, partager une passion, vivre ses fantasmes, se créer un soi idéal, etc.), pour de nombreux résidents *Second Life* représente une véritable deuxième vie (Dos Santos, 2008).

Pour un chercheur, *Second Life* offre un double intérêt. Tout d'abord, ce monde virtuel peut être examiné pour lui-même étant donné qu'une véritable société de consommation parallèle s'y est développée avec de nouveaux comportements à comprendre, donc à étudier. Cet espace peut être aussi simplement utilisé par un chercheur comme un nouveau terrain de recherche où il pourra réaliser ses récoltes de données. Toutefois, avant d'engager un processus de recherche dans *Second Life*, il devra évaluer les avantages et les inconvénients potentiels de cette plateforme.

Les entretiens de groupe en ligne

Traditionnellement, la méthode d'entretien de groupe regroupe cinq à dix participants dans le but de capturer le processus de formation d'une opinion à propos d'un sujet donné. Krueger (1988) considère qu'il n'y a pas de démarche universelle pour mener un entretien de groupe. Selon Stewart et Williams (2005), les premières applications en ligne ont été réalisées dans les milieux académiques de la santé (Murray, 1997; Robson, 1999). À la différence de l'entretien de groupe hors ligne, l'existence du média internet et la possibilité de numérisation des données ont permis le développement de deux types d'entretien de groupe en ligne : ceux synchronisés et ceux a-synchronisés. Dans le cas d'entretiens de groupe synchronisés, il s'agit de réunir en temps réel des participants dans un *chat* ou encore via une messagerie instantanée. Dans ce premier type d'entretien, les échanges sont plus spontanés et interactifs. Cette méthode est plus adaptée lorsque l'objet de la discussion ne nécessite pas une longue réflexion. Dans le cas d'entretiens de groupe a-synchronisés, il s'agit de réunir des participants de façon différée via des listes d'envois groupés ou en utilisant des *newsgroups*. Dans cette situation, les échanges sont plus longs et permettent une meilleure protection de l'identité des participants et du chercheur (Stewart & Williams, 2005). Cette méthode est plus appropriée lorsqu'une réflexion approfondie est nécessaire.

De nombreux travaux ont permis de mieux identifier les avantages et inconvénients de la méthode de l'entretien de groupe en ligne (El Kamel & Rigaux-Bricmont, 2009; Mann & Stewart, 2000; Rezabek, 2000; Stewart &

Williams, 2005; Williams & Robson, 2004). Tout comme l'entretien de groupe hors ligne, celui en ligne permet de générer une importante quantité de données en peu de temps. C'est une méthode moins coûteuse dans la mesure où elle permet d'accéder plus facilement à des participants géographiquement éloignés (Edmunds, 1999). Toutefois, cette méthode présente aussi des inconvénients. Les participants doivent avoir accès à internet. Ces méthodes sont donc plus appropriées lorsque l'objet de la recherche est en lien avec ce média. Avec les échanges électroniques, il n'est pas toujours possible d'accéder aux expressions faciales et gestuelles des participants, bien que l'amélioration des technologies de vidéoconférence rende cette remarque de plus en plus obsolète. Dans le cas de l'entretien de groupe en ligne synchronisé, des problèmes éventuels d'interférences entre les participants peuvent surgir et augmenter ainsi la difficulté d'interprétation des données. Enfin, le caractère anonyme, qui est un avantage en soi, pourrait dans certains cas encourager certains dépassements, exagérations ou autres actes qui seraient difficiles à maîtriser par le chercheur.

Impact des caractéristiques de la réalité virtuelle sur la recherche

L'existence de mondes virtuels tels que *Second Life* est intimement liée aux évolutions technologiques récentes. Si ces dernières possèdent des caractéristiques qui offrent de nouvelles opportunités aux chercheurs, elles ont aussi des inconvénients. Nous proposons de mettre en évidence le potentiel des technologies en lien avec les mondes virtuels, et plus précisément *Second Life*, pour la réalisation d'entretiens de groupe. Nous basons nos réflexions sur les travaux d'Amditis, Karaseitanidis et Mantzouranis (2008) qui distinguent deux catégories de variables à prendre en considération pour réaliser des recherches dans ce type d'espace. Leur grille d'analyse est avant tout basée sur les technologies disponibles et nous proposons d'interpréter celle-ci dans le but de pouvoir l'appliquer à la recherche en sciences sociales. Ces catégories font référence au contenu offert dans le monde virtuel et aux outils disponibles pour interagir dans ce monde. Chacune de ces catégories est composée d'un ensemble de variables (Tableau 1) qui sont détaillées dans les paragraphes suivants.

Le contenu offert dans le monde virtuel

Un monde virtuel peut, par ses caractéristiques intrinsèques, favoriser le sentiment de présence ressentie par les utilisateurs. Ce concept de présence se focalise sur deux aspects distincts dans la littérature. Le premier aspect concerne l'immersion que permet le monde virtuel. Les expériences en ligne peuvent, au même titre que celles de la vie réelle, permettre de vivre l'expérience de flux par le biais de l'immersion (Csikszentmihalyi, 2002) à

Tableau 1
Variables à considérer lors d'une recherche réalisée dans un métavers

Contenu offert dans le monde virtuel	Outils pour interagir dans le monde virtuel
Présence	Interaction
Expérience spatiale partagée	Interface spatiale
Expérience, Savoir, Connaissance	Évaluation, Planification, Élaboration
Création d'histoire	Création de situation

l'aide des technologies (Mathwick & Rigdon, 2004). La réalité virtuelle a comme objectif de favoriser l'immersion et, à ce titre, *Second Life* peut être considéré comme plus efficace qu'un environnement en ligne classique grâce à l'utilisation d'un avatar qui y représente graphiquement la présence de l'individu. Les participants peuvent alors avoir le sentiment d'un « être ici » à la fois « physiquement et... textuellement » (Stewart & Williams, 2005). Toutefois, le sentiment de présence ressenti par les individus derrière leur avatar reste personnel et dépendra en grande partie de son implication envers le monde virtuel. De plus, comme aucun paradigme clair sur le concept d'immersion dans les univers virtuels n'existe à l'heure actuelle, celui de présence pourra toujours être remis en question par ses détracteurs. Le second aspect lié à la présence est la possibilité pour les avatars de se regrouper. Dans le cadre de la réalisation d'entretiens de groupe, les mondes virtuels possèdent un avantage sur la recherche traditionnelle en ligne car ils permettent aux avatars de se regrouper dans un lieu plus concret qu'un forum ou un *chat*, puisque celui-ci est représenté sous une forme graphique. Or, le caractère concret est un facteur qui favorise l'attention des individus (D'Astous, Daghfous, Ballofet & Boulaire, 2006) et qui peut encourager le sentiment d'un « être ensemble » pour les participants. Par ailleurs, les regroupements dans les mondes virtuels (comme pour la recherche en ligne) ne sont pas limités par des contraintes géographiques offrant ainsi la possibilité aux chercheurs de recruter des personnes partout dans le monde (Witmer, Colman & Katzman, 1999) sans qu'elles ne doivent se déplacer physiquement.

L'expérience spatiale partagée s'intéresse aux caractéristiques immuables du monde virtuel qui sont définies en amont par les concepteurs de ce dernier. Les unités de mesure qui régissent le monde virtuel permettent de caractériser les principes liés à cette variable. Ainsi, nous pouvons constater que les concepteurs de *Second Life* fournissent une monnaie (les dollars Linden), des unités de mesure spécifiques comme les *primitives* (*prims*) qui servent à évaluer la capacité d'accueil d'objets et d'avatars sur un terrain. Afin

de faciliter la compréhension du lecteur sur ce que sont les *prims*, nous proposons l'analogie suivante : dans *Second Life* les *prims* correspondent à ce que sont les octets pour un disque dur d'ordinateur. Comme toute mesure, elles permettent aux avatars et leurs propriétaires : (1) de décrire leur réalité (virtuelle) avec des termes qui leur sont propres, (2) de fixer les règles d'échange dans leur société. Pour le chercheur, cela demande un effort supplémentaire par rapport à la recherche dans la vie réelle, car il devra apprendre la terminologie et les règles en vigueur dans le monde virtuel.

Les trois variables suivantes (expérience, savoir et connaissance) sont intimement liées les unes ou autres. Elles font référence à l'apprentissage, la prise en main et la maîtrise de l'environnement virtuel par l'utilisateur. Quel que soit le monde virtuel dans lequel le chercheur souhaite réaliser un projet, ces variables doivent être examinées soigneusement, car elles peuvent avoir un impact sur le déroulement de la recherche, notamment si la méthode retenue nécessite des interactions soutenues entre les différentes parties comme c'est le cas pour des entretiens de groupe. Dans un monde virtuel comme *Second Life*, l'apprentissage et la prise en main sont accessibles au grand public comme le montre le nombre important d'utilisateurs. Néanmoins, étant donné ces phases indispensables pour arriver à un degré de maîtrise minimum de l'environnement, un recrutement hors *Second Life* pour réaliser une étude dans le métavers apparaît comme une difficulté supplémentaire pour le chercheur (et ses futurs participants). Plus qu'une difficulté, à l'heure actuelle ces phases constituent une limite sérieuse, notamment pour le recrutement, et ce, même si les interfaces homme-machine faisant appel à une communication basée sur un avatar sont en plein développement (Time, 2009).

La dernière variable liée au contenu offert dans le monde virtuel est la création d'histoires. Généralement, cette création d'histoires est définie par les concepteurs du monde virtuel : elle fournit aux utilisateurs les lignes directrices qu'ils devraient suivre pour y évoluer. C'est le cas des « missions » que doivent réaliser les joueurs dans un *MMOPRG* tel que *World of Warcraft*. Dans le cas de *Second Life*, il n'existe pas d'histoire prédéfinie par les créateurs du monde virtuel. Nous observons même une démarche inverse des créateurs qui proposent aux utilisateurs de créer leur propre histoire. Si cette liberté constitue une des raisons du succès du métavers, elle est aussi pour certains une cause de désintérêt. Pour réaliser des entretiens de groupe, cette liberté a une double conséquence : tout d'abord positive, car le chercheur trouvera une grande diversité dans les parcours des avatars, ce qui peut être une source de richesse dans l'information récoltée, mais aussi négative, car les critères à retenir pour obtenir un échantillon seront difficiles à établir.

Les outils pour interagir dans le monde virtuel

Dans la deuxième catégorie de variables proposées par Amditis, Karaseitanidis et Mantzouranis (2008), l'interaction entre l'utilisateur et le monde virtuel est une variable clé. Lors de la récolte d'information effectuée à l'aide d'un entretien de groupe, les mondes virtuels offriraient des possibilités d'interprétation des données plus importantes (notamment en comparaison des entretiens réalisés en ligne). Le premier argument repose sur l'utilisation d'avatars qui auraient un rôle de facilitateur d'échanges entre les participants mais aussi avec le chercheur grâce au sentiment de présence décrit précédemment. Le second argument concerne les possibilités d'interprétation de la gestuelle des avatars et plus généralement les données non verbales qui peuvent enrichir le cadre interprétatif du chercheur. Stewart et Williams (2005) affirment que la proximité entre les avatars et le mouvement du corps peuvent faciliter les interprétations du chercheur. McArthur (2008) estime qu'un tel phénomène est aussi possible dans un métavers comme *Second Life*. Il faut cependant nuancer le rôle des interprétations (en particulier pour le langage corporel des avatars) que pourrait réaliser le chercheur, car il existe des possibilités de décalage entre la demande d'exécution et l'exécution d'un mouvement par l'avatar, ce qui peut conduire à une interprétation erronée. À ce titre, plusieurs études (Colburn, Cohen & Drucker, 2000; Freier, 2007) ont montré qu'il existait encore des limites à l'utilisation de ce type de communication comme données à interpréter. Un troisième argument en faveur de l'utilisation des mondes virtuels dans la recherche repose sur le fait que lors de méthodes de recherche en ligne, le chercheur se trouve dans une situation où le participant se dévoile plus que voulu car il existe un phénomène d'anonymat perçu (Joinson, 1998; Stewart & Williams, 2005). À l'inverse, dans le monde réel, Goffman (1959) souligne que, dans des situations sociales comme un entretien de groupe, les individus offrent une présentation partielle et contrôlée de leur soi. Ce phénomène est aussi appelé biais de désirabilité sociale et peut conduire le participant à ne pas partager des informations qui seraient, pourtant pertinentes pour le chercheur. Aussi, une communication basée sur l'avatar apparaît comme une solution intermédiaire entre le danger de l'anonymat perçu (Stewart & Williams, 2005) et le biais de désirabilité sociale présenté par Goffman (1959). Un dernier argument concernant l'interaction, valide à la fois pour les méthodes de recherche en ligne et les mondes virtuels, est la possibilité pour les chercheurs d'enrichir leur interprétation avec les nombreuses abréviations utilisées par les participants sur ce type de support (ex : lol, hmm...) qui constituent des indicateurs « d'humeur » (Sternberg, 1998).

La deuxième variable liée aux outils pour interagir avec le monde virtuel est l'interface spatiale. Cette variable est particulièrement importante pour le chercheur, car elle définit la gamme de techniques qu'il pourra utiliser pour mener à bien ses travaux. Les environnements virtuels possèdent au moins les mêmes caractéristiques que les environnements en ligne en permettant des communications orales et écrites (messagerie instantanée, *chat*, conversation avec l'option *voice* dans *Second Life*) mais aussi des échanges de documents tels que des photos qui peuvent servir de point d'ancrage lors d'entretiens (Loeffler, 2004). Ces environnements offrent aussi des possibilités nouvelles par rapport aux méthodes hors ligne grâce à l'utilisation d'objets en 3 dimensions. Dans *Second Life*, un objet peut être manipulé et modifié facilement par un avatar, ce qui permettra au chercheur de prendre en compte, à faible coût, le point de vue des participants (lors de la conception de produit, par exemple). Ainsi *Second Life*, en plus d'offrir la possibilité de voir et manipuler des objets en 3 dimensions comme dans la vie réelle, permet de les modifier, ce qui peut rendre l'entretien de groupe plus interactif et enrichir le cadre d'interprétation du chercheur. Par exemple, dans le domaine architectural, *Second Life* permet aux créateurs de proposer des maquettes de leur projet dans lesquelles les participants pourront déambuler en choisissant la période de la journée et, par la suite, partager leurs impressions. Des modifications fonctionnelles et esthétiques pourront être, alors, réalisées par les créateurs (ou directement par les participants, s'ils y sont invités), en quelques clics, comme le changement des couleurs ou des dimensions d'une fenêtre.

Les variables évaluation, planification et élaboration se focalisent essentiellement sur les éléments à mettre en place pour réaliser une recherche dans un monde virtuel. Ces éléments sont avant tout d'ordre pratique, c'est pourquoi nous proposons, dans la suite de ce document, un exemple d'organisation d'un entretien de groupe dans *Second Life* qui opérationnalise ces trois variables.

La création de situations est la dernière variable présentée dans la grille d'analyse d'Amditis, Karaseitanidis et Mantzouranis (2008). En tant qu'espace ouvert au contenu généré par l'utilisateur, *Second Life* offre une flexibilité importante au chercheur pour « scénariser » son entretien de groupe. Ce dernier a ainsi, la possibilité de reproduire des situations réelles telles qu'une expérience de magasinage, de visites de musée ou encore simuler des situations d'urgence. De plus, comme cela a été précédemment évoqué il pourra créer ou investir des lieux dans lesquels il pourra regrouper les participants pour l'entretien.

Organisation d'un entretien de groupe dans *Second Life*

L'objectif de cette section est de présenter une façon typique d'organiser un entretien de groupe dans *Second Life*. Cette section se divise en trois parties : (1) le choix du lieu pour réaliser un entretien de groupe, (2) les considérations éthiques et (3) les outils disponibles.

Le choix du lieu pour réaliser un entretien de groupe

Tout d'abord, nous nous intéressons aux contraintes spécifiques à *Second Life* auxquelles un chercheur devra prêter attention lors du choix du lieu où se déroulera l'entretien de groupe. Comme dans la vie réelle ce choix est important et est sujet à deux principales contraintes, à savoir la disponibilité et la capacité d'accueil du lieu. Néanmoins, la nature de ces deux contraintes est différente de celle rencontrée dans la vie réelle. Si aucun site n'est évidemment à l'abri d'un problème technique tel que la panne d'un serveur ou une perte de connexion internet, les terrains sur *Second Life* font l'objet d'un entretien périodique par le Laboratoire Linden qui bloque momentanément l'accès au lieu en question lorsqu'il est en cours. Le chercheur devra donc s'assurer des périodes de disponibilité des différents sites lors de son choix. Concernant la capacité d'accueil, sur *Second Life*, plus que le nombre de participants c'est la capacité en nombre de *prims* qui est importante. Aussi, le chercheur devra s'assurer d'avoir suffisamment de *prims* à sa disposition pour accueillir, non seulement les participants, mais aussi les outils qu'il souhaitera utiliser lors de l'entretien de groupe. Comme pour la disponibilité, si le nombre de *prims* à disposition est insuffisant, l'accès au site deviendra problématique. Concernant les sites envisageables pour mener un entretien de groupe, trois principales options sont offertes au chercheur. Tout d'abord, on trouve les terrains vagues ou bacs à sable mis provisoirement (quelques heures) à la disposition de tous les résidents de *Second Life*. L'inconvénient est qu'il y a souvent beaucoup de trafic à ces endroits et on y trouve parfois des résidents qui viennent perturber la quiétude des lieux. Ces résidents sont aussi connus sous le nom de *griefers* ou vandales. La deuxième option concerne des sites accessibles aux enseignants dont une des listes régulièrement mises à jour est disponible auprès de l'*International Society for Technology in Education* (ISTE). La troisième option consiste à louer, pour une dizaine de dollars par semaine, un espace virtuel dans *Second Life* que le chercheur pourra aménager à sa convenance et dont il pourra limiter l'accès aux personnes de son choix. En conséquence, le choix d'un site pour réaliser un entretien de groupe dans ce métavers résultera d'un triple arbitrage entre sa disponibilité, sa capacité d'accueil et son exclusivité (en termes de nombre d'avatars ayant accès au terrain). La Figure 1 présente un exemple de lieu propice à la réalisation d'un entretien de groupe



Figure 1 : Exemple de site pour un entretien de groupe dans *Second Life*

car on y trouve beaucoup de *prims* libres pour y charger le matériel virtuel nécessaire, on peut y rassembler aisément les participants – soit par une invitation à se téléporter sur le lieu, soit par remise d’un repère terrain (*landmark*) – et, enfin, car le trafic y est modéré.

Les considérations éthiques

Ici, il ne s’agit pas de redéfinir le concept d’éthique dans les mondes virtuels (pour plus de détails, voir Buchanan, 2004). Nous proposons simplement de présenter quelques conseils éthiques à respecter pour le bon déroulement d’un entretien dans *Second Life* afin d’éviter des incompréhensions entre chercheur et participants. Pour ce faire, nous nous appuyons sur les recommandations de l’*Avatar Identity Research Center* (Costello, 2006) et résumons ces conseils en cinq points :

1. Respect de la culture de l’avatar interviewé dans *Second Life* où il existe de nombreux groupes ayant leurs normes propres.
2. Respect de l’avatar choisi par l’interviewé dont les caractéristiques sociodémographiques peuvent être fort différentes des siennes.
3. Respect du style interactif utilisé par l’interviewé qui peut recourir à des expressions typiques de la messagerie instantanée ou ne pas souhaiter une interaction verbale.
4. Être réaliste quant à la durée de l’entretien : les compétences en matière de dactylographie diffèrent considérablement d’un interviewé à l’autre.

5. Obtenir le consentement averti de l'interviewé. La suggestion est de lui remettre une note décrivant l'objet de la recherche et les garanties d'anonymat avec des coordonnées du chercheur qui permettent de le retracer éventuellement dans le monde réel.

En nous basant sur ces conseils, nous constatons que les points les plus sensibles, dans une perspective éthique, concernent le mode d'interaction entre les participants. La liberté offerte aux résidents dans *Second Life* et la nouveauté du phénomène peuvent expliquer ce véritable « appel au respect » fait par l'*Avatar Identity Research Center*. Le modérateur d'un entretien de groupe devra donc s'assurer que ces principes sont appliqués afin de ne pas empêcher son bon déroulement. Enfin, l'obtention du consentement de la part des participants est, traditionnellement, une des deux limites éthiques les plus citées lors de la réalisation de recherches en ligne (Clark, 2004). Nous verrons dans le paragraphe suivant comment il est possible de résoudre ce problème dans *Second Life*.

Les outils disponibles

Si l'une des raisons du succès de *Second Life* est qu'il permet aux utilisateurs de créer leur propre contenu, il peut, a priori, laisser le chercheur bien démuni, car celui-ci n'a pas à sa disposition le matériel nécessaire pour mettre en place un entretien de groupe. Dans ce paragraphe, nous souhaitons mettre en évidence que, ce qui pourrait apparaître comme un problème majeur ne l'est pas, car tous les matériaux de base sont disponibles dans ce métavers ainsi que de nombreux outils supplémentaires. Dans *Second Life*, on peut se procurer gratuitement tous les outils virtuels qui seront ici présentés (Appendice A) et l'on peut évidemment en créer d'autres soi-même. La Figure 2 montre l'installation faite spécialement pour un entretien de groupe. L'avatar de l'un des auteurs est assis devant une table et une chaise vide attend les participants. Lors de leur arrivée, les sujets seront invités à prendre le siège non occupé, un nouveau siège apparaissant au fur et à mesure des besoins. À gauche de la Figure 2, on remarque un tableau gris sur lequel le chercheur peut inscrire le thème de la réflexion et/ou les directives de la séance (utilisation facultative). Sous le tableau bleu de la Figure 2, on observe une petite boule multicolore dont le gros plan se retrouve à la Figure 3. Il s'agit de la boule de consentement. Cet objet est l'une des réponses apportées concernant l'obtention du consentement des sujets étudiés. En cliquant sur cette boule colorée, l'avatar donne son consentement à l'enregistrement automatique de ses communications écrites lors de l'entretien de groupe. En effet, la communication verbale n'est pas conseillée, car elle peut dégénérer très rapidement en une cacophonie incompréhensible. De plus, la procédure par



Figure 2 : Outils utiles pour un entretien de groupe dans Second Life



Figure 3 : Boule de consentement pour l'enregistrement des échanges

dactylographie évite non seulement la transcription par écrit de l'enregistrement sonore (puisque, dans ce cas, un simple copier-coller suffira) mais elle permet aussi plus de discipline dans les échanges en donnant plus de

contrôle à l'animateur de l'entretien de groupe. La Figure 4 est celle du tableau « remue-méninges » dont l'usage reste à la discrétion du chercheur, mais qui peut être fort utile lorsqu'un avatar souhaite lancer un sujet de discussion de façon anonyme (un nouvel outil plus simple d'utilisation est présenté à l'Appendice B). Une autre manière de procéder pour préserver l'anonymat, mais beaucoup plus lourde, consisterait à communiquer par messages instantanés avec l'avatar d'un observateur neutre qui bénéficierait de la confiance des participants. Après avoir supprimé le nom de l'expéditeur du message instantané, l'observateur transférerait alors le message édité à l'animateur de l'entretien de groupe.

Finalement, il existe bien d'autres objets virtuels qui peuvent trouver leur utilité lors d'un entretien de groupe comme un équipement permettant la présentation de diapositives et le visionnement de vidéos (Figure 5).

Pour conclure cette section, il n'est pas inutile d'attirer l'attention sur quelques aspects plus particuliers à l'organisation d'un entretien de groupe dans *Second Life*. Étant donné la diversité géographique des résidents, il est important de choisir judicieusement une plage horaire qui convienne aux avatars que l'on souhaite inviter pour la séance. De plus, même si l'anglais est la langue la plus répandue dans *Second Life*, la diversité linguistique peut, elle aussi, poser problème. On devra donc parfois organiser plus d'entretiens de groupe que prévu initialement. Une particularité de certains sites est que leur accès est réservé à des résidents certifiés comme étant âgés de 18 ans et plus. Cette certification passe par une démarche spéciale auprès d'un organisme indépendant du Laboratoire Linden qui, après vérification d'identité (numéro de passeport, permis de conduire, etc.), confère à l'avatar le statut d'adulte. Tous les résidents n'entreprennent pas cette démarche et, donc, ne peuvent accéder à certains lieux virtuels. Ce qui pourrait apparaître comme un inconvénient dans le cas où un site réservé aux avatars possédant ce statut aurait été choisi pour la rencontre, deviendrait un avantage si l'on voulait s'assurer de ne réunir que des avatars animés par des adultes afin de satisfaire l'une des règles éthiques en matière de recherche avec des sujets humains.

Réalisation d'un entretien de groupe dans *Second Life*

Dans le cadre d'une recherche menée par un des auteurs (El Kamel, 2009), quatre-vingts avatars francophones ont été interviewés individuellement au cours de l'été 2009. Afin de connaître, avec un certain recul, les réactions à ces entrevues, il a été décidé d'organiser un entretien de groupe à la fin de l'été 2009. Pour se faire, la procédure suivante a été mise en place : (1) le recrutement, (2) le choix et la préparation du site, (3) la diffusion de l'informa-



Figure 4 : Lancer des idées de façon anonyme sur le tableau « remue-méninges »



Figure 5 : Présentation de diapositives PowerPoint et télévision virtuelle auprès des participants, (4) l'accueil des participants, (5) l'animation de l'entretien de groupe et (6) la sauvegarde des données. Chacune de ces six étapes est présentée plus en détails.

- 1- Le recrutement des participants : une invitation a été envoyée aux avatars déjà interviewés pour participer à un entretien de groupe. Les douze premiers ayant accepté de participer à cette rencontre ont été retenus. Douze avatars ont été invités afin de s'assurer de la présence effective de six à huit participants. Il est à noter que, dans ce cas, le recrutement des participants a été facilité par la relation de confiance qui s'était déjà établie entre le chercheur et les sujets lors des entrevues individuelles effectuées précédemment. Le recrutement sans connaissance préalable des sujets peut s'avérer plus difficile à réaliser. C'est ainsi qu'en nous fondant sur nos expériences suivantes, nous avons constaté un taux moyen de participation d'environ 75% avec un taux d'abandon effectif nul. Ces chiffres sont, toutefois, à relativiser pour deux raisons principales. Premièrement, il existe un potentiel effet de nouveauté. Les résidents sur *Second Life* restent peu sollicités comparativement à d'autres plateformes plus anciennes et donc peu réticents à l'idée de participer à ce type de recherche. Deuxièmement, le thème des entretiens de groupe était directement lié à une problématique au sujet de *Second Life* et s'adressait aux avatars (et non aux utilisateurs de ces derniers). Si l'entretien de groupe avait porté sur une problématique liée au monde réel et s'était adressé à l'utilisateur derrière l'avatar, il est probable que la démarche entreprise par les chercheurs serait apparue comme intrusive, conduisant à un taux de participation plus faible. C'est pourquoi il faut pour le moment faire preuve de prudence quant à l'interprétation des chiffres ici proposés.
- 2- Le choix et la préparation du site : le chercheur s'est alors mis en quête d'un site rassemblant les caractéristiques désirées précédemment décrites. Un site a été trouvé, à savoir une ruine romaine où le chercheur a invité un second chercheur à le rejoindre afin de préparer la rencontre (Figure 6). Les deux chercheurs sont devenus membres du groupe propriétaire du site après avoir expliqué ce qu'ils se proposaient d'y faire afin d'obtenir l'autorisation de faire apparaître les objets utiles à l'entretien de groupe. Le site a été géo-localisé dans *Second Life* par le chercheur à l'aide d'un repère terrain (*landmark*) afin qu'une fois diffusé, les participants puissent s'y téléporter.
- 3- Diffusion de l'information auprès des participants : une convocation a été remise aux participants afin de les informer de l'objet de la réunion, du lieu, du jour et de l'heure dans le cadre du fuseau horaire concerné. Dans le



Figure 6 : Préparation de la rencontre

cadre de sa recherche, le chercheur souhaitait interroger des participants francophones, et donc localisés majoritairement en Europe, ce qui demandait un horaire adapté pour deux zones géographiques (Europe et Est de l'Amérique du Nord). Par ailleurs, il est possible d'utiliser l'heure PDT, heure officielle de *Second Life* (fuseau horaire de l'état de Californie aux États-Unis), mais nombreux sont les résidents qui restent confus avec cette référence. En plus de la convocation, un rappel leur a été envoyé la veille de l'entretien de groupe.

- 4- L'accueil des participants : les deux chercheurs se sont rendus sur le lieu de rencontre (les ruines romaines) quelques dizaines de minutes avant l'heure de rendez-vous fixée aux participants. Les deux chercheurs résidant dans des zones géographiques différentes, ils ont établi une connexion supplémentaire à l'aide d'un téléphone internet (Skype) afin d'échanger leurs commentaires beaucoup plus rapidement que par messages instantanés. À l'heure convenue, tous les avatars invités étaient assis autour de la table (Figure 7). Deux notes ont été remises aux participants à leur arrivée sur le site de l'entretien de groupe. La première note expliquait le thème de la rencontre ainsi qu'une série d'instructions pour le bon déroulement de l'entretien alors que la seconde présentait aux participants le fonctionnement de la boule de consentement et celui du tableau remue-ménages. Une fois les deux notes lues, les participants étaient



Figure 7 : L'entretien de groupe (12 participants et 2 chercheurs)

invités à faire part de leur consentement par le biais de l'objet prévu à cet effet (Figure 3). Le consentement portait sur l'enregistrement du texte de l'entretien de groupe (par la suite, les participants consentiront à ce que des photographies soient prises, mais il n'y aura pas unanimité pour dévoiler le nom des avatars présents). Après avoir introduit le second chercheur au groupe, le chercheur principal a répondu à quelques questions de clarification. Par ailleurs, le rôle du second chercheur a été précisé. Les participants pouvaient communiquer avec ce dernier s'ils souhaitent aborder un sujet sans pour autant que le reste du groupe sache qui proposait le sujet. Enfin, les chercheurs ont proposé un premier tour de table marquant le début de l'entretien.

- 5- L'animation de l'entretien de groupe : il est rapidement devenu clair aux deux chercheurs qu'il serait difficile de discipliner les interventions dactylographiées qui défilent dans la fenêtre du *chat*. Les instructions communiquées au début de la séance semblent très vite oubliées dans le feu des débats. Le chercheur souhaitant mener un entretien de groupe aura donc intérêt à rédiger une note où un code des communications écrites dans le *chat* de la rencontre serait défini. Trois règles importantes y seraient précisées. La première serait de ne pas aborder un nouveau thème avant que le précédent ne soit épuisé par tous les participants. La deuxième serait de marquer la fin d'une intervention par un sigle spécial qui indique qu'un autre participant peut intervenir à son tour. Enfin, la troisième serait de mentionner le prénom de l'avatar auquel un participant répond s'il revient

sur une idée déjà exprimée. En effet, les habiletés de chacun en matière de dactylographie étant différentes, il est important de pouvoir reconstituer la logique des échanges par la suite. L'animateur doit donc exercer une certaine autorité, tâche sans doute simplifiée dans un groupe de taille plus réduite que celle du groupe ici présent. Dans le cadre de l'entretien de groupe réalisé, la communication simultanée via un téléphone internet (dans le cas présent Skype) entre les deux chercheurs a facilité le bon déroulement de la réunion. Compte tenu du capital de sympathie dont le chercheur bénéficiait auprès des participants, ainsi que de l'intérêt manifeste que ces derniers avaient pour le sujet de la recherche, l'entretien de groupe s'est bien déroulé et les diverses questions ont été abordées et discutées de façon constructive. À part un sujet qui a été brièvement déconnecté par accident, aucun incident technique n'a troublé le déroulement des échanges. Après une heure et demie, certains participants ont pris congé de l'assemblée, cette dernière se terminant définitivement une quinzaine de minutes plus tard. Il faut signaler qu'aucun participant n'a fait usage du tableau remue-ménages, ni fait parvenir un message au chercheur invité.

- 6- Sauvegarde des données : un des avantages majeurs de l'organisation d'une entrevue de groupe dans un métavers comme *Second Life* est la sauvegarde automatique des échanges. En effet, un enregistrement instantané de la discussion a été effectué dans un format prêt à être transféré pour être analysé par un logiciel d'analyse de contenu comme NVivo. Par ailleurs, en vue de se conformer aux règles de l'éthique de la recherche, un travail supplémentaire a été effectué pour remplacer les noms des avatars par des codes chiffrés éliminant ainsi toute possibilité de reconnaissance des avatars.

La bonne connaissance et maîtrise de *Second Life* par les deux chercheurs a largement contribué au succès de cet entretien de groupe. La seule limite rencontrée est liée à la gestion des échanges entre les participants qui avait déjà souvent été citée quand cette méthode de recherche est utilisée en ligne. Toutefois, comme il a été précisé, la taille du groupe retenu étant plus importante que celle classiquement utilisée pourrait expliquer, en partie, les difficultés rencontrées. De plus, les chercheurs estiment qu'en mettant en place une procédure de rappel du code de communication, la gestion des échanges pourra être facilitée.

L'avatar, un élément clé de l'entretien de groupe dans un métavers

Les entretiens de groupe dans un métavers présentent un avantage certain par rapport à ceux en ligne, qu'ils soient synchronisés ou a-synchronisés.

L'utilisation des avatars permet, dans une certaine mesure, de réduire les limites relatives à l'absence de la présence « humaine » souvent attribuée à la recherche qualitative en ligne en général et aux entretiens de groupe en particulier. À cet effet, l'organisation d'un entretien de groupe dans *Second Life* donne accès à une combinaison de textes et de graphismes générant une dynamique différente de celle d'un simple *chat*. La présence graphique a, selon les chercheurs, amélioré l'interactivité au sein du groupe, ce qui confirme le sentiment d'un « être ici et ensemble » grâce aux technologies liées à la réalité virtuelle. La communication basée sur les avatars offre l'opportunité d'accéder à certains éléments réels ou fantasmés par le biais des représentations utilisées. Ainsi, à travers l'animation graphique des avatars, il a été facile de déceler ceux qui ont hésité à se joindre au groupe, ceux qui se sont impatientés pour partir, ceux qui ont soigné leur apparence et leurs vêtements pour assister à la réunion, etc. Il s'agit là d'exemples d'éléments paralinguistiques auxquels un chercheur ne peut pas accéder lors d'une réunion de groupe en ligne.

Conclusions et limites

Cet article met en exergue le développement d'un nouveau terrain de recherche pour mener des entretiens de groupe en ligne, celui des métavers et plus particulièrement *Second Life*. Nous proposons ce nouveau terrain de recherche pour plusieurs raisons. Tout d'abord, ce type d'espace est de plus en plus fréquenté, ce qui représente, comme internet à ses débuts, une opportunité intéressante pour recruter des participants. Par ailleurs, l'univers des possibles est quasiment illimité dans *Second Life* permettant notamment de simuler des situations de recherche qui ne pourraient pas être réalisées dans le monde réel (ex : modification d'objet, visite virtuelle, heure de la journée, conditions climatologiques, etc.). En tant que partisans de ce métavers, nous lui conférons un potentiel important pour la réalisation d'entretiens de groupe et, plus généralement, pour l'utilisation des méthodes de recherche qualitative en sciences sociales.

À l'heure actuelle, nous estimons qu'il existe deux principaux freins à l'utilisation des métavers dans la recherche académique. Le premier frein est d'ordre théorique. Comme la littérature existante sur les mondes virtuels reste peu abondante, de nombreux arguments en faveur de ces espaces (par exemple, le sentiment de présence) sont immédiatement remis en cause par leurs détracteurs étant donné l'absence de paradigmes bien établis. Le second frein est d'ordre pratique. Sans une bonne maîtrise d'un monde virtuel, que ce soit par rapport à la terminologie utilisée, les règles de vie ou encore les modes de déplacements et de communication, il semble difficile de mettre en place un projet pour un chercheur inexpérimenté. Toutefois, nous espérons que la

présentation qui a été faite des bénéfices qu'un chercheur pourra retirer, s'il choisit *Second Life* comme terrain d'étude pour mener un entretien de groupe, permettra une prise de conscience du potentiel des métavers pour la recherche académique.

Par ailleurs, nous souhaitons insister sur le fait que la réalisation d'entretiens de groupe dans *Second Life* constitue une solution équilibrée par rapport à ceux menés hors ou en ligne. Cet équilibre se situe à plusieurs niveaux. Tout d'abord, il permet d'éviter le biais de désirabilité sociale traditionnellement rencontré dans les entretiens en ligne et le phénomène d'anonymat perçu pour les entretiens hors ligne. Sur les plans éthique et pratique, l'existence de procédures simples pour obtenir le consentement des participants combinée à la sauvegarde rapide des données permet de réunir deux avantages issus des entretiens de groupe hors et en ligne sans en avoir les inconvénients. Le caractère concret offert par les technologies liées à la réalité virtuelle offre un compromis intéressant entre l'absence physique lors des entretiens de groupe en ligne et la présence réelle quand ils sont menés hors ligne. Par ailleurs, le chercheur travaillant dans les métavers bénéficiera des avantages traditionnels des entretiens de groupes en ligne à savoir la réduction des coûts et la facilité de réunir des individus éloignés géographiquement. Enfin, pour la recherche, la communication basée sur l'avatar représente sans aucun doute une solution de grande qualité, car elle facilite les échanges, l'interaction au sein du groupe et enrichit le cadre d'interprétation du chercheur.

Afin de donner aux chercheurs une vision réaliste des opportunités offertes pour réaliser des entretiens de groupe dans *Second Life*, plusieurs limites sont à mentionner. Premièrement, il semble important de souligner le « pouvoir des chiffres » qui pourrait motiver un chercheur à se rendre sur un tel espace pour de « mauvaises raisons ». Selon certaines sources sur internet, il est annoncé plusieurs dizaines de millions de comptes de personnes créés sur *Second Life*. Ces chiffres ne reflètent pas la réalité, car de nombreux comptes ont été ouverts par simple curiosité à l'époque où les médias parlaient de *Second Life* presque quotidiennement. Selon le blogue officiel du Laboratoire Linden, c'est en moyenne plus de 700 000 visiteurs uniques qui se rendent plusieurs fois par mois sur *Second Life* en 2009 (769.000 au mois de décembre). Cette population est certes intéressante mais ne garantit évidemment pas que tous les types d'utilisateurs rencontrés dans le monde réel puissent être recrutés dans *Second Life*. Deuxièmement, en plus du frein lié aux compétences du chercheur, il existe une limite d'ordre pratique : la puissance du matériel informatique à la disposition des participants. Si plusieurs chercheurs font preuve d'optimisme quant à l'amélioration des équipements

pour l'utilisation des technologies liées à la réalité virtuelle (Amditis et al., 2008), l'évolution de ces mondes et de leur complexité n'assure pas l'effet de « rattrapage » technologique souvent espéré dans la littérature. La dernière limite concerne la situation dans laquelle nous avons réalisé les entretiens de groupe. Les conditions réunies étaient particulièrement favorables avec des participants impliqués envers le métavers, déjà connus par le chercheur lors de la réalisation d'entrevues individuelles dans le cas du premier entretien, une thématique centrée sur *Second Life*, s'adressant uniquement aux avatars et l'existence d'un effet de nouveauté. Dans de telles conditions, il apparaît logique que l'organisation et la réalisation de l'entretien de groupe aient été simplifiées pour les chercheurs. Malgré notre position, en faveur de l'utilisation des univers virtuels pour la recherche, nous avons conscience que des contraintes supplémentaires (temporelles, financières...) pourraient peser sur un chercheur ne bénéficiant pas de telles conditions. À ce titre, une question qui reste en suspens serait de savoir s'il est nécessaire de doubler les entretiens sur *Second Life* avec des entretiens hors ligne pour contrôler les éventuels effets d'immersion des premiers, notamment si le thème de la recherche ne porte pas directement sur le métavers et s'adresse à l'utilisateur qui anime l'avatar. Enfin, nous avons seulement présenté des travaux réalisés dans un cadre de recherche académique. Toutefois, la recherche commerciale a, elle aussi, toute sa place dans des univers virtuels tels que *Second Life*. Certaines compagnies de consultation ont d'ores et déjà ouvert leur propre plateforme pour réaliser des entretiens de groupe et même constituer des panels de « consommateurs » (iAsk Center, 2009).

Notes

¹ Nous souhaitons remercier les évaluateurs pour leurs commentaires sur la première version du texte. Le troisième auteur se tient à la disposition de ceux qui souhaiteraient une aide technique dans la mise en œuvre d'un entretien de groupe dans *Second Life*. benny.rigaux-bricmont@mrk.ulaval.ca

Références

Amditis, A., Karaseitanidis, I., & Mantzouranis, I. (2008). Virtual reality research in Europe : Towards structuring the european research area. Dans D. Talaba, & A. Amditis, (Éds), *Product engineering : Tools and methods based on virtual reality (Intelligent systems, control and automation : Science and engineering)* (pp. 3-20). Dordrecht, Pays Bas : Springer Science, Business Media.

- Association of Virtual Worlds (2008). *The blue book : A consumer guide to virtual worlds*. Document consulté le 25 février 2010 de www.associationofvirtualworlds.com/publication.
- Barnetta, A. (2009). *Fortune 500 companies in Second Life : Activities, their success measurement and the satisfaction level of their project*. Mémoire de maîtrise, Université de Zurich. Document consulté le 25 février 2010 de www.smi.ethz.ch/education/thesis/Barnetta_SecondLife.pdf.
- Buchanan, E.A. (2004). *Readings in virtual research ethics : issues and controversies*. Londres, Angleterre : Information Science Publishing.
- Castronova, E. (2005). *Synthetic worlds : The business of online games*. Chicago : The University of Chicago Press.
- Clark, D. (2004). What if you meet face to face? A case study in virtual/material research ethics. Dans E.A. Buchanan (Éd.), *Readings in virtual research ethics : issues and controversies* (pp. 246-257). Londres, Angleterre : Information Science Publishing.
- Colburn, A., Cohen, M.F., & Drucker, S. (2000). The role of eye gaze in avatar mediated conversational interfaces. Document consulté le 25 février 2010 de <http://ftp.research.microsoft.com/pub/tr/tr-2000-81.pdf>.
- Costello, C.Y (2006). *Ethical rules for conducting research in Second Life*. Département de Sociologie. Université du Wisconsin-Milwaukee. Communication personnelle avec le troisième auteur. Document consulté le 25 février 2010 de <http://www.fsa.ulaval.ca/cours/mrk-64662/popup/%C3%A9thique%20de%20la%20recherche%20dans%20SL/ETHICAL%20RULES%20SUGGESTED%20BY%20THE%20AVATAR%20IDENTITY%20RESEARCH%20CENTER.docx>
- Csikszentmihalyi, M. (2002). *Flow*. London : Rider.
- CyberSociety (2009). Work group D-29 metaverses and 3D environments. Document consulté le 25 février 2010 de www.cibersociedad.net/congres2009/en/coms/llistat/gts/metaverses-and-3d-environments/29
- D'Astous, A., Daghfous, N., Ballofet, P., & Boulaire, C. (2006). *Comportement du consommateur* (2^e éd.). Montréal : Chenelière.
- Dos Santos, L. (2008). *Le marketing de l'avatar sur Second Life : L'émergence de nouvelles questions sur les besoins*. Essai de maîtrise, Université Laval. www.fsa.ulaval.ca/cours/mrk-64662/popup/documents/ESSAI_Lucie_Dos_Santos_Versionintégrale_finale.pdf

- Edmunds, H. (1999). *The focus group research handbook*. Lincolnwood, IL : NTC Business Books/Contemporary Publishing.
- El Kamel, L. (2009). For a better exploration of metaverses as consumer experiences. Dans N.T. Wood, & M.R. Solomon (Éds), *Virtual social identity and consumer behaviour* (pp. 20-40). New York : M.E.Sharpe.
- El Kamel, L., & Rigaux-Bricmont, B. (2009, Novembre). Online qualitative research and metaverses. Communication présentée au quatrième congrès de CyberSociety. Document consulté le 25 février 2010 de www.cibersociedad.net/congres2009/en/coms/online-qualitative-research-and-metaverses/482
- Freier, N.G. (2007). Children distinguish conventional from moral violations in interactions with a personified agent. Dans *CHI '07 Extended Abstracts of on Human Factors in Computing Systems* (pp. 2195-2200). San Jose : AMC, New York.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Garden City, NY : Doubleday.
- Haenlein, M., & Kaplan, A.M (2009a). Les magasins de marques phares dans les mondes virtuels : l'impact de l'exposition au magasin virtuel sur l'attitude envers la marque et l'intention d'achat dans la vie réelle. *Recherche et Applications en Marketing*, 24, 57-80.
- Haenlein, M., & Kaplan, A.M (2009b). Appel à communication, numéro spécial RAM 2011. Document consulté le 25 février 2010 de www.revue-ram.org/rubriques/numerospecial_ram.php.
- Hendaoui, A., Limayem, M., & Thompson C.W. (2008). 3D social virtual worlds. Research issues and challenges. *IEEE Internet Computing*, (jan-fév), 88-92.
- iAsk Center, (2009). *Focus Group*. Document consulté le 25 février 2010 de www.iaskcenter.com.
- Jarmon L., & Sanchez J. (2008). The educators coop experience in Second Life: A model for collaboration. *Journal of the Research Center for Educational Technology*, 4, 66-82.
- Jarvis, J. (2009). *What would google do?* New York : Haper Collins Publishers.
- Joinson, A.N. (1998). Causes and effects of disinhibition on the internet. Dans J. Gackenbach (Éd.), *The psychology of the internet* (pp. 43-60). New York : Academic Press.

- Kozlov, S., & Reinhold, N. (2007). To play or not to play : Can companies learn to be n00bs, LFG, and lvl-up? Dans proceedings of *IR 8.0 – Let's play!*, 8th Association of Internet Researchers Conference (pp. 17-20). Vancouver: Canada.
- Krueger, R. (1988). *Focus groups : A practical guide for applied research*. Newbury Park : Sage.
- Linden Lab, (2010). 2009 *End of year Second Life economy wrap up*. Document consulté le 19 janvier 2010 de http://lindenlab.com/pressroom/releases/fr_22_09_09.
- Loeffler, T.A. (2004). A photo elicitation study of the meanings of outdoor adventure experiences. *Journal of Leisure Research*, 36, 536-556.
- Ludlow P., & Wallace M. (2007). *The Second Life Herald : The virtual tabloid that witnessed the dawn of the metaverse*. Massachusetts, CA : MIT Press.
- Mann, C., & Stewart, F. (2000). *Internet communications and qualitative research*. London : Sage.
- Manu A. (2007). *The imagination challenge*. Berkeley, CA : New Riders.
- Mathwick, C., & Rigdon, E. (2004). Play, flow and the online search experience. *Journal of Consumer Research*, 25, 281-240.
- McArthur, V. (2008). Real ethics in a virtual world. Dans *CHI 2008, Extended Abstracts of the ACM Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 3315-3320). Florence, Italy, AMC: New York.
- Murray, P. (1997). Using virtual focus groups in qualitative health research. *Qualitative Health Research*, 7, 542-549.
- OCDE, (2008). *La mesure du contenu crée par l'utilisateur : implications pour les enquêtes sur l'accès aux TIC et leur utilisation par les ménages et les particuliers*. Document consulté le 25 février 2010 de www.oecd.org/dataoecd/47/3/40008185.pdf.
- Official Second Life Blogs, (2010a). *Happy new year! Looking back...Looking ahead*. Document consulté le 25 février 2010 de <https://blogs.secondlife.com/community/features/blog/2010/01/03/happy-new-year-looking-backlooking-ahead>.

- Official Second Life Blogs, (2010b). *2009 end of year Second Life economy wrap up*. Document consulté le 25 février 2010 de https://blogs.secondlife.com/community/features/blog/2010/01/19/2009-end-of-year-second-life-economy-wrap-up-including-q4-economy-in-detail?utm_source=feedburner&utm_medium=email&utm_campaign=Feed%3A+SecondLife+%28Official+Second+Life+Blogs+-+FEATURED%29.
- Parmentier, G., & Rolland, S. (2009). Les consommateurs des mondes virtuels : construction identitaire et expérience de consommation dans Second Life. *Recherche et Applications en Marketing*, 24, 43-56.
- Rezabek, R. (2000). Online focus groups : Electronic discussions for research. *Qualitative Social Research*, 1, 1-19.
- Robson, K. (1999). *Employment experiences of ulcerative colitis and Crohn's disease sufferers*. Thèse de doctorat inédite, Université de Galles.
- Rymaszewski, M., Wagner, J.A., Winters, C., Ondrejka, C., Bastone-Cunningham, B., & Second Life Residents from around the world (2007). *Second Life The Official Guide*. Hoboken, États-Unis : John Wiley & Sons Inc.
- Simteach (2009). *Second Life education wiki*. Document consulté le 25 février 2010 de www.simteach.com/wiki/index.php?title=Second_Life_Education_Wiki.
- Stephenson, N. (1992). *Snowcrash*. New York : Bantam Books.
- Sternberg, J. (1998). *It's all in the timing : Synchronous versus asynchronous computer-mediated communication*. Document consulté le 25 février 2010 de <http://homepages.nyu.edu/~js15/p-time.htm>.
- Stewart, K., & Williams, M. (2005). Researching online populations : the use of online focus groups for social research. *Qualitative Research*, 5, 395-416.
- Time (2009). *A PG-Rated Second Life*. Document consulté le 25 février 2010 de www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1870505,00.html.
- USC (2008). *Annual internet survey by the center for the digital future finds shifting trends among adults about the benefits and consequences of children going*. Document consulté le 25 février 2010 de www.digitalcenter.org/pdf/2008-Digital-Future-Report-Final-Release.pdf.
- VWBPE (2009). *Virtual worlds. Best practices in education*. Document consulté le 25 février 2010 de www.vwbpe.org.

- Williams, M., & Robson, K. (2004). Reengineering focus group methodology for the online environment. Dans M.D. Johns, S.-L.S. Chen, & G.J. Hall (Éds), *Online social research, methods, issues and ethics* (pp. 25-45). New York : Peter Lang.
- Witmer, D.F., Colman R.W., & Katzman, S.L. (1999). From paper-and-pencil to screen-and-keyboard. Dans S. Jones (Éd.), *Doing internet research* (pp. 145-161). Thousand Oaks, CA : Sage.
- YouTube Blog (2009). YouTube fact sheet. Document consulté le 25 février 2010 de www.youtube.com/t/fact_sheet.

Guillaume Hervet est étudiant en sciences de l'administration à l'Université Laval. Ses intérêts de recherche portent notamment sur l'efficacité publicitaire, les mondes virtuels et les médias sociaux.

Leila El Kamel est professeure en marketing à l'Unité d'Enseignement et de Recherche Travail Économie et Gestion de la TÉLUQ-UQAM et est doctorante en sciences de l'administration à l'Université Laval. Ses travaux de recherche portent principalement sur la consommation expérientielle, le rapport à l'avatar et la recherche dans les univers virtuels.

*Benny Rigaux-Bricmont est professeur titulaire au département de marketing de la Faculté des Sciences de l'Administration de l'Université Laval. Depuis plus de trois ans, son avatar Twilight Rhode réside dans le métavers Second Life (SL). Il y multiplie des contacts avec d'autres chercheurs présents dans SL, participe à des congrès virtuels relatifs à l'enseignement dans SL (*Virtual Worlds: Best Practices in Education*). Avec l'aide de Twilight, Benny poursuit diverses recherches dans SL, dirige des thèses et mémoires ayant SL comme terrain de recherche, présente des communications scientifiques relatives à la recherche dans SL à divers congrès (ACFAS, ASAC, CyberSociety, etc.) et publie des articles dans divers médias virtuels.*

Appendice A
Caractéristiques des outils présentés

Objet	Nom des objets dans Second Life [Nom des créateurs]	Taille initiale (*)
Table et chaises	<i>MK Designs Red table Multi chairs</i> [Michil Kas]	8 <i>prims</i>
Tableau (texte)	<i>ChalkNOTEBOARD FP</i> [Salahzar Stenvaa]	45 <i>prims</i>
Consentement	<i>GPL ChatLogger 0.1</i> [Nobody Fugazi]	1 <i>prim</i>
Tableau (remue méninge)	<i>Brainboard V4.0</i> [Dudeney Ge]	4 <i>prims</i>
Tableau (power point)	<i>Power Point Presenter V3.0 Single</i> <i>Screen</i> [Dudeney Ge]	8 <i>prims</i>
Télévision virtuelle	<i>HEPS TV 16 :9</i> [LouRavi Karas]	8 <i>prims</i>

(*) La taille des différents objets peut augmenter suivant l'utilisation qui en est faite.

Appendice B
Nouveau tableau « remue mênings » : Brainflowing ver3.16



Créateurs : Gloriadiago Galicia & Draceina Pinion (255 prims, février 2010)

Au lieu de communiquer avec le tableau à l'aide de fréquences comme dans l'outil de Dudeney Ge (Appendice A), les participants y déposent simplement les notes qu'ils ont rédigées.

L'utilisation des groupes de discussion en marketing commercial et social

June Marchand, Ph.D.

Université Laval

Claude Giroux, Doctorant

Université Laval

Résumé

Les méthodes quantitatives ont traditionnellement été privilégiées en marketing puisque plus fiables et « généralisables » à l'ensemble du marché. Toutefois, certaines questions relatives au comportement des consommateurs ont conduit à l'utilisation de techniques plus souples de recherche, essentiellement les groupes de discussion. Alors que la souplesse était appréciée, les exigences de la recherche en marketing commercial ont par contre transformé la technique en une procédure fortement structurée. Or, récemment, une application moins orthodoxe a permis de soulever des aspects particuliers de la pensée des individus qu'il aurait été impossible de déceler si nous nous en étions tenus à la façon traditionnelle du marketing commercial de mener les groupes de discussion. C'est basé sur l'observation de plus de 300 groupes de discussion, menés pour les campagnes de publicité du Ministère de la santé et des services sociaux du Québec, que les auteurs présentent leurs réflexions.

Mots clés

MARKETING, MARKETING SOCIAL, METHODES QUANTITATIVES, GROUPES DE DISCUSSION

Tradition méthodologique du marketing

Né à la fin de la 2^e guerre mondiale, le marketing résulte de la nécessité pour les entreprises de vendre leurs produits à des consommateurs dont le pouvoir d'achat s'est considérablement accru et qui expriment dorénavant des désirs bien arrêtés. Ce ne sont plus les spécificités de sa propre production que le gestionnaire analysera, mais plutôt les besoins, les désirs, la perception qu'ont

les individus des produits offerts. Le consommateur devient ainsi le centre de la réflexion stratégique. Ce n'est plus l'offre qui dicte les lois du marché, mais la demande.

Depuis toujours, les entreprises à but lucratif aspirent légitimement à dominer le marché ou, à tout le moins, à y détenir une part leur permettant d'être rentables. Aujourd'hui, pour réaliser ce projet, l'offre doit répondre aux goûts du consommateur et le meilleur moyen de connaître ses goûts est de procéder à ce qu'on appelle en marketing des études de marché. Comme on peut s'en douter, les enjeux des études de marché sont extrêmement importants, car, si la firme ne réussit pas à maintenir sa part de marché, la concurrence est telle qu'elle se fera rapidement supplanter par les compétiteurs. De l'acuité des informations obtenues dépend sa survie. C'est donc sur cette base que se prendront les décisions stratégiques engageant la firme à court comme à long terme. Les données résultant des études doivent donc être **précises, fiables** et, surtout, **représentatives** de l'ensemble des consommateurs¹ composant le marché.

Considérant ces exigences, des procédures rationnelles et objectives ont été privilégiées et les méthodes d'analyse quantitatives dominent depuis longtemps la recherche marketing (Morgan, 2001). Encore aujourd'hui, rares sont les cursus universitaires dans cette discipline qui incluent une formation en méthodes autres que quantitatives. À l'instar de l'économie, discipline-mère du marketing, seules les méthodologies inscrites sous le paradigme positiviste² sont considérées aptes à fournir des informations valides, nécessaires à une prise de décision éclairée.

Traditionnellement donc, les objectifs des recherches marketing étaient principalement axés sur la prédiction – des ventes, des profits – afin d'anticiper les besoins d'expansion ou de consolidation de la firme (Sayre, 2001). Toutefois, les gestionnaires ont rapidement réalisé qu'une compréhension plus approfondie des motifs, désirs et besoins des consommateurs (surtout si ceux-ci n'en sont pas totalement conscients), ne pouvait être efficacement atteinte à travers des sondages ou expérimentations. Des méthodes plus souples étaient nécessaires, même si celles-ci impliquaient également de compromettre le caractère « généralisable » des informations obtenues. Ainsi, la méthode des *groupes focus* ou groupes de discussion est, depuis les années 50, usage courant dans la pratique du marketing.

Utilisation des groupes de discussion en marketing

Selon Morgan (2001), c'est dans le domaine de la pratique marketing que s'est le plus développée l'utilisation des groupes de discussion. Pour les gestionnaires, le principal avantage offert par les groupes de discussion est

qu'ils permettent d'obtenir simultanément divers avis sur un ou plusieurs sujets, ceci dans un court délai et à un coût relativement faible. C'est une (sinon la plus) *friendly research method*, pour reprendre les termes de Morgan et Krueger (1993, p. 18).

Essentiellement, les groupes de discussion sont utilisés à trois fins (Ereaut, Imms & Callingham, 2002):

1. diagnostiques : il s'agit d'obtenir une compréhension approfondie d'une situation donnée, de découvrir pourquoi les choses sont ce qu'elles sont;
2. pronostiques : les données doivent fournir une base de décision à des options, plans ou propositions offerts aux gestionnaires;
3. créatives : les répondants sont utilisés comme source d'idées, d'innovation ou d'inspiration.

Malgré leur popularité dans la pratique professionnelle, rares sont les académiciens du domaine du marketing à s'y être intéressés avant les années 80. Les conclusions issues des groupes de discussion sont toujours perçues moins « fiables » que celles provenant des méthodes quantitatives. Alors que, paradoxalement, les chercheurs en sciences sociales (tels les sociologues ou les éducateurs, en opposition aux chercheurs des sciences de l'administration comme la finance ou le marketing) considèrent au contraire que l'utilisation des groupes de discussion en marketing est un exemple de rigueur méthodologique. Morgan (2001) parlera ainsi d'approche « structurée », issue du marketing, en comparaison avec une approche « moins structurée » utilisée principalement dans les sciences sociales (Tableau 1). Essentiellement, ce qui distingue surtout les 2 approches c'est le caractère très directif des entrevues en marketing : le modérateur **mène** la discussion, **ramène** les interventions au thème prédéfini si les participants s'en écartent. Bref, la priorité est accordée aux préoccupations du chercheur et non à celles que peuvent exprimer les participants. En fait, si la procédure en marketing a été et est encore si rigide, c'est principalement parce que, dans la pratique, le client « payeur » s'estime en droit d'obtenir des résultats.

Qui plus est, une recherche marketing utilisant des groupes de discussion sera souvent qualifiée « d'exploratoire ». Encore une fois, l'impossibilité de généraliser les conclusions des groupes de discussion à tous les consommateurs représente pour le gestionnaire marketing un sérieux handicap. C'est pourquoi, dans la très grande majorité des études effectuées à des fins commerciales, les groupes de discussion seront utilisés en complément de méthodes quantitatives.

Tableau 1
Comparaison d'approches structurées et moins structurées
de l'emploi de groupes de discussion

Approches plus structurées	Approches moins structurées
<ul style="list-style-type: none"> • Objectif : répondre aux questions du chercheur. • Les intérêts du chercheur ont priorité. • Les questions de recherche servent de grille d'entrevue. • Les questions sont en plus grand nombre et plus spécifiques. • La durée allouée pour chaque question est prédéfinie. • Le modérateur mène la discussion. • Le modérateur ramène les commentaires hors propos sur les questions de la recherche. • Les participants s'adressent au modérateur. 	<ul style="list-style-type: none"> • Objectif : comprendre la façon de penser des participants. • Les intérêts des participants ont priorité. • Les questions de recherche guident la discussion. • Les questions sont en moins grand nombre et d'ordre plus général. • La durée allouée pour chaque question est flexible. • Le modérateur facilite l'interaction. • Le modérateur peut explorer de nouvelles avenues. • Les participants s'adressent les uns aux autres.

Tiré de Morgan, 2001, p.147.

Soit, ils les précèdent : ils servent alors de première étape à la construction du questionnaire lequel sera employé lors d'un sondage. Soit, ils les suivent : les données des sondages serviront à identifier certains répondants, déviants ou parfaitement représentatifs, qui seront conviés à participer à un groupe de discussion.

Il est une autre sphère du marketing où les groupes de discussion ont été fortement et depuis longtemps utilisés, il s'agit du marketing social³. À l'encontre du marketing traditionnel, pour lequel toutes actions visent la part de marché (et donc le profit), le marketing social « seeks to influence social behaviors not to benefit the marketer, but to benefit the target audience and the general society. Social marketing programs [...] are generic marketing programs carried out to change behaviors that are in the individual's or society's interests » (Andreasen & Kotler, 2003, p. 329). Étant donné la nature

subjective et parfois délicate des questions abordées dans les recherches en marketing social, les groupes de discussion permettent d'obtenir certaines informations évidemment impossibles à obtenir par les techniques plus prisées en recherche commerciale, tels le sondage ou l'enquête. C'est ce qu'entend illustrer la section qui suit en présentant le résultat de réflexions issues de l'observation directe de recherches effectuées par le Ministère de la santé et des services sociaux (MSSS) dans le cadre de différentes campagnes de prévention, alors que les mesures par groupes de discussion étaient réalisées par des entreprises commerciales spécialisées.

Utilisation des groupes de discussion en marketing social

Le gouvernement du Québec est l'un des plus importants producteurs de publicités sociales au Québec. À lui seul, le MSSS a investi en 2007-2008 plus de 7M\$ pour réaliser des campagnes publicitaires poursuivant des objectifs de promotion de la santé et de prévention. Destinées à des publics variés ou à des populations difficiles à rejoindre (mineurs, femmes de plus de 50 ans, autochtones, personnes ayant des partenariats sexuels parallèles), les campagnes du MSSS abordaient aussi des thématiques variées en lien avec sa mission (port du condom, usage de psychotropes, jeu pathologique, mammographie, influenza).

Dans le cadre des activités professionnelles d'un des auteurs de la présente communication, il a été possible d'observer le déroulement de plus de 300 groupes de discussion évaluant des campagnes publicitaires ministérielles et de repérer certains phénomènes liés à la pratique méritant, à notre avis, d'être portés à l'attention des chercheurs. La pratique des groupes de discussion hors des milieux de la recherche universitaire est en effet une facette peu documentée. Les enjeux commerciaux et le contexte compétitif des activités commerciales font en sorte que, contrairement à ce qu'on observe dans le milieu scientifique, les résultats des recherches menées sont rarement publiés.

La pratique des groupes de discussion observée dans les campagnes du MSSS s'apparente aux méthodes traditionnelles employées depuis des décennies par la recherche publicitaire. L'instrument répond tant aux besoins des publicitaires qu'à ceux de leurs clients invités à observer le déroulement de la discussion derrière la glace sans tain. Les chargés de projets et les décideurs peuvent ainsi, dans des locaux permettant les discussions avec les créatifs des agences de publicité, discuter au fur et à mesure des propos qu'ils entendent des participants. L'investissement de temps minime (une soirée ou deux), la perception d'appartenir à l'univers de la création publicitaire, le climat détendu de l'événement semblent compter parmi les avantages de l'opération pour les

clients des agences qui apprécient généralement leur participation à cette étape de la mise en œuvre d'une campagne publicitaire.

De leur côté, les publicitaires peuvent ainsi assister à la collecte de données tout en accompagnant leurs clients, véritable opportunité qui leur permet de recadrer les critiques négatives émergeant d'un groupe. Notre expérience permet de présumer que, derrière l'intérêt fréquent des agences de publicité pour les groupes de discussion, on trouve aussi certaines motivations stratégiques : il s'agit d'une façon de mener des recherches plus rapidement qu'avec des sondages, en réduisant le temps consacré à une campagne, tout en permettant aux publicitaires de réagir aux critiques éventuelles pouvant survenir lors d'un pré-test.

Puisque l'État est imputable de ses dépenses, la préoccupation des gestionnaires de fonds publics pour la mesure d'efficacité est légitime. Et ceci, dans le contexte particulier de la promotion de la santé, où la préoccupation d'une approche « fondée sur les preuves » s'impose de plus en plus dans le discours sanitaire (South & Tilford, 2000). Or, ces éléments ont permis l'apparition récente d'une préoccupation du MSSS à accroître la rigueur des groupes de discussion non pas en structurant davantage la procédure, mais plutôt en s'inspirant de techniques issues de recherches en sciences humaines et sociales.

Certaines méthodes populaires en marketing – comme de faire voter des participants pour la meilleure publicité, ce qui provoque derrière la glace sans tain la colère ou le contentement des chargés de projets – ont cédé la place à une démarche plus nuancée et à une animation moins directive où le MSSS tente d'élargir le spectre des données colligées. La recherche repose dorénavant sur un budget indépendant de celui des agences de publicité, de même que l'évaluation des campagnes est confiée à une équipe indépendante de celle qui les produit. Des adaptations méthodologiques ont aussi été apportées à l'exécution de groupes. Parmi les modifications récentes à ces pratiques, des tests projectifs ont été introduits pour compléter le discours rationnel des participants (souvent conforme aux attentes qu'ils présumant être celles des observateurs) et faciliter l'émergence d'un discours intérieur plus chargé émotionnellement.

Ainsi, la majorité des campagnes de publicité étudiées et diffusées par le MSSS au cours des dernières années a fait appel à la crainte et à la peur⁴. Les groupes de discussion s'y sont révélés utiles pour apprécier l'impact des scénarios publicitaires envisagés. Le recours à la peur, en santé publique, est une stratégie souvent retenue par les promoteurs et les publicitaires dans plusieurs campagnes de promotion de la santé (Gore & Bracken, 2005). Le

procédé est complexe et son utilisation soulève diverses préoccupations (Hastings & Stead, 2004). Au sein des groupes de discussion observés depuis six ans, les projets publicitaires véhiculant des images sanglantes ou exposant les conséquences choquantes d'un comportement réprouvé recueillent généralement chez les participants une préférence uniquement liée à l'intensité de l'émotion suscitée. Un des commentaires les plus souvent entendus lors des observations est que les projets publicitaires présentés « n'allaient pas assez loin » et étaient trop nuancés. Dans une majorité de groupes, des participants suggéraient aux publicitaires d'utiliser une approche plus énergique, souvent sanglante, toujours frappante et empreinte d'émotions négatives. Dans ce contexte, on constate sans surprise que les publicités répondant le mieux à ces attentes sont considérées par les participants comme étant supérieures aux autres.

Traditionnellement, dans le cadre des validations publicitaires ministérielles, l'appréciation obtenue au sein des groupes était considérée comme un indicateur du potentiel d'efficacité publicitaire. Mais l'analyse critique des résultats obtenus lors des groupes de discussion a poussé le MSSS à aller au-delà des procédés de ce type – dont les résultats conduisaient parfois à des choix contredisant les connaissances et modèles issus de la recherche en communication persuasive. L'introduction de techniques projectives dans les groupes, lesquelles ont révélé la complexité souvent occultée du recours à la peur en publicité sociale, illustre parfaitement la situation.

Les données obtenues lors des discussions entourant la production de publicités utilisant l'appel à la peur semblent indiquer la coexistence synergique de plusieurs mécanismes. Et cette synergie pourrait être à l'origine de la préférence commune des participants à privilégier le recours à la peur à l'égard de campagnes de prévention et de promotion de la santé – toutes thématiques confondues⁵. Derrière l'unanimité apparente des opinions favorisant certains projets publicitaires, on pourrait trouver différentes motivations qui ne sont pas nécessairement liées à l'intention du publicitaire. Il semble que si un participant préfère certains messages, en dépit des arguments rationnels qu'il énonce pour justifier son choix, des mécanismes d'un autre ordre peuvent avoir été des déterminants significatifs de son opinion. Une analyse fondée uniquement sur les arguments rationnels énoncés (tel que traditionnellement pratiquée en marketing) risque dans ces circonstances d'induire une lecture inexacte du phénomène.

Parmi les mécanismes identifiés lors de l'analyse des observations effectuées, les mécanismes suivants ont été repérés :

- La présence d'une norme perçue dictant ce que doit être une bonne publicité sociale. Des décennies de publicités sociales utilisant le recours à la peur, à l'émotion et à l'exagération semblent avoir contribué à créer la perception de ce que doit être une « bonne » publicité préventive (sang, poumons noircis, mort violente). L'ironie, l'humour absurde ou le discours paradoxal trouvent rarement preneur auprès d'un public plus confortable quand les sujets sérieux sont traités sur un ton sérieux, voire dramatique.
- La pédagogie noire. Le concept d'Alice Miller (1984) correspond bien à la perception fréquente que la correction de mauvaises habitudes ne peut être acquise sans le recours à une certaine violence. L'intervention de l'État, dans ce cadre, doit être à l'image de l'intervention du parent qui présente à son enfant la fessée en disant « c'est pour ton bien ».
- L'effet de tiers. Les personnes exposées à un discours dérangeant déclarent souvent que la communication qui leur est présentée a peu d'impact sur eux, mais qu'elle agira probablement sur d'autres.
- Une possible dissonance cognitive par rapport à certains discours portant sur un risque. Nous avons pu remarquer que le souhait du recours à un scénario basé sur la crainte était parfois utilisé comme stratégie par certains participants inconfortables devant un scénario publicitaire qui les rejoignait et faisait monter leur anxiété ou leur culpabilité.
- Le châtement-spectacle, évoqué par Foucault. Le citoyen nous dit souvent indirectement qu'il souhaite assister à la punition du délinquant, constater la déchéance du toxicomane, observer les plaies génitales du libertin, voir la mort du conducteur ivre. Dans une société où le châtement public n'existe plus, la télévision et le cinéma permettent d'ouvrir une fenêtre sur le spectacle et reconforter certaines personnes souhaitant assister à la punition du déviant.

Nous croyons que, en permettant de mieux comprendre la complexité des phénomènes surgissant lors de l'exposition à des communications publicitaires, l'approche par groupes de discussion constitue un formidable outil de recherche formative. Mais il faut admettre que l'abandon des pratiques issues du marketing pour une approche où on cherche davantage à comprendre en faisant émerger la complexité des communications publicitaires provoque un inconfort chez les publicitaires. Dans une industrie qui carbure à la pensée magique – une image qui parle à tous, un slogan qui change tout, un éclair

créatif inexplicable, une approche révolutionnaire –, les publicitaires et autres adeptes de réponses simples restent souvent sur leur appétit devant le chercheur qui « complique » ce qui était autrefois « si clair ». Paradoxalement, pour les chercheurs et les autorités de la santé publique, trop conscientes de la complexité des difficultés de la communication persuasive, la disparition des réponses simplistes semble de bon augure pour la crédibilité des groupes de discussion en tant qu'instrument de recherche.

Conclusion

En marketing, les méthodes quantitatives ont encore préséance sur les méthodes qualitatives. Certaines publications scientifiques de cette discipline refusent même de considérer les recherches dont les résultats ne sont pas « généralisables » et qui ne reposent pas sur des tests statistiques. Certes, les méthodes quantitatives sont irremplaçables lorsqu'il est question de contrôle, de prédiction, de découverte des causes d'un phénomène économique ou marketing. Elles ne sont pourtant d'aucune utilité lorsqu'il s'agit de comprendre le rituel entourant une première relation sexuelle trop souvent non protégée, ou encore les motifs profonds poussant un individu à violenter sa famille. Les méthodes qualitatives, comme les groupes de discussion, sont beaucoup plus appropriées pour répondre à ce type de questions. Toutefois, le caractère rigide imposé à cette méthode par les praticiens en marketing n'est pas non plus adapté. Dans le cadre de problématiques sociales, il faut revenir à une approche moins structurée même si celle-ci est beaucoup moins sécurisante, pour le publicitaire et pour l'annonceur. La « généralisabilité » des résultats n'a plus sa place dans ce contexte.

D'ailleurs, comme le soulignent Krueger et Cassy (2000), Freud n'a-t-il pas jeté les bases de la psychanalyse moderne à partir de l'étude d'à peine dix patients? Et Piaget n'a-t-il pas permis une avancée notoire dans notre compréhension de la pensée de l'enfant en observant ses deux propres enfants?

Notes

¹ Théoriquement, la firme peut également procéder à ce qu'il est convenu d'appeler une stratégie de « segmentation » de son marché. La firme choisira ainsi de ne s'adresser qu'à un groupe de consommateurs prédéfinis, soit un segment. Toutefois, les informations récoltées concernant ce segment doivent être, elles aussi, représentatives et généralisables à tous les individus appartenant au segment.

² On parlera plutôt aujourd'hui de post positivisme.

³ Pour une excellente revue de l'usage des groupes de discussion en marketing social, voir Andreasen 1995.

⁴ Selon les campagnes, la nature des menaces évoquées variait : peur du cancer, peur de perdre la face, de se ridiculiser, peur de mourir, de perdre ses amis, du divorce ou de la séparation, de contracter une infection transmise sexuellement, etc.

⁵ Le cadre limité de la présente communication ne permet malheureusement pas d'élaborer ici sur ces questions.

Références

- Andreasen, A.R. (1995). *Marketing social change*. Californie : Jossey-Bass.
- Andreasen, A.R., & Kotler, P. (2003). *Strategic marketing for nonprofit organizations* (6^e éd.). New-Jersey : Prentice Hall.
- Ereaut, G., Imms, M., & Callingham, M. (2002). *Qualitative market research : principle and practice*. Californie : Sage.
- Gore, T.D., & Bracken, C.C. (2005). Testing the theoretical design of a health risk message : reexamining the major tenets of the extended parallel process model. *Health education behavior*, 32(1), 27-41.
- Hastings, G., & Stead, M. (2004). Fear appeals in social marketing : strategic and ethical reasons for concern. *Psychology & Marketing*, 21(11), 961-986.
- Krueger, R.A., & Cassy, M.A. (2000). *Focus group : a practical guide for applied research* (3^e éd.). Californie : Sage.
- Miller, A. (1984). *C'est pour ton bien. Racines de la violence dans l'éducation des enfants*. France : Aubier.
- Morgan D.L. (2001). Focus group interviewing. Dans J. F. Gubrium, & J. A. Holstein (Éds), *Handbook of Interview Research* (pp. 141-160). Californie : Sage Publications
- Morgan D.L., & Krueger, R.A. (1993). When to Use Focus Group and Why. Dans D.L. Morgan (Éd.), *Successful focus groups : Advancing the state of the art*. Californie : Sage Publications.
- Sayre, S. (2001). *Qualitative methods for marketplace research*. Californie : Sage.
- South, J., & Tilford, S. (2000). Perceptions of research and evaluation in health promotion practice and influences on activity. *Health Education Research*, 15(6), 729-741.

***June Marchand** est professeure au Département d'information et de communication de l'Université Laval. Détentrice d'un Ph.D. en marketing de l'Université du Québec à Montréal, ses recherches se situent principalement dans les domaines de la publicité et du marketing social. Les résultats de ses études ont été publiés dans divers Actes de congrès et revues savantes telles que, *Journal of Advertising Research* et *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*. Elle collabore régulièrement, en tant que consultante experte, à diverses campagnes sociales tant au Québec que dans les pays en voie de développement.*

***Claude Giroux** est doctorant au Département d'information et de communication de l'Université Laval. Diplômé en pharmacie et détenteur d'une maîtrise en communication publique, il est responsable de la recherche et l'évaluation à la Direction des communications du ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec. Depuis 2003, cette fonction l'a amené à observer près de 300 groupes de discussion liés à des campagnes sociales. Son projet doctoral porte sur certains aspects méthodologiques des pratiques contemporaines de validation publicitaire au moyen de groupes de discussion.*

La tentation de la généralisation : Retour réflexif sur cinq *focus group*

François Demers, Ph.D.

Université Laval

Résumé

Ce texte relate, en forme de retour réflexif, la préparation, l'organisation, le déroulement et l'interprétation de cinq *focus group* qui ont été tenus à l'automne 2006. L'article illustre comment l'équipe de recherche a dû résister à l'attrait de la généralisation des résultats, d'autant plus fort au départ que le projet de tenir des « groupes de discussion » s'est présenté d'abord comme un substitut à d'impossibles sondages. Le récit de ce terrain montre qu'en tant qu'outil de recherche scientifique, le *focus group* peut être pertinent et productif, s'il s'agit notamment d'inventorier les façons de comprendre les questions, de percevoir l'éventail du vocabulaire utilisé à propos d'une thématique ou d'identifier les déclinaisons des définitions attribuées à ce vocabulaire par les membres de ce public. Il se termine sur une surprise : les groupes de discussion étaient effectivement très représentatifs, mais d'une seule « communauté interprétative » de récepteurs, celle des gens instruits de la région de Québec.

Mots clés

FOCUS GROUP, MÉDIAS, COMMUNICATION PUBLIQUE, INFORMATION, JOURNALISME

Introduction

Dans la famille méthodologique *entretiens de groupe*, le genre *groupe de discussion* se subdivise à son tour en plusieurs espèces. Ce texte concerne l'une d'entre elles qui sera nommée ici *focus group* de son nom anglais qui met l'accent sur le thème contraignant (*focus*) autour duquel les chercheurs organisent un entretien de groupe. Il présente certains défis rencontrés dans l'usage de cette technique à l'automne 2006 alors que cinq *focus group* ont été tenus par le groupe de recherche Pratiques novatrices en communication publique (PNCP) basé au Département d'information et de communication de l'Université Laval (Bernier, Demers, Lavigne, Moumouni & Watine, 2008). En

forme de retour réflexif sur l'emploi du *focus group* comme outil de recherche qualitative, ce récit d'une aventure singulière prolonge en quelque sorte la recherche menée de 2005-2008.

Le principal de ces défis aura été celui de la généralisation possible des résultats d'un tel exercice. Dans la littérature au sujet de cette technique de recherche, la question, sous l'angle de la représentativité, reçoit pourtant une réponse très claire : « les participants ne sont pas statistiquement représentatifs de l'ensemble de la population et le chercheur ne peut extrapoler les résultats à cette population. » (Geoffrion, 1993, p. 314) Pourtant, dans la pratique, on constate que les chercheurs parviennent toujours à tirer une forme ou une autre de généralisation de leurs entrevues de groupe, ne serait-ce qu'en se laissant guider par leurs résultats pour préparer d'autres recherches plus ambitieuses. Personne ne se contente de raconter ce qui s'est passé, ce qui a été dit, comme s'il s'agissait d'un événement unique, non reproductible. Ce qu'il est pourtant en partie, car ce qui s'y passe repose sur un ensemble de facteurs incontrôlables : le hasard des personnalités mises ensemble, la chimie des circonstances et du déroulement, l'habileté, l'expérience et la présence d'esprit de l'animateur. Chose certaine, ce que les participants y racontent dépend largement des caractéristiques de ce happening singulier.

Le second défi majeur tient à ce que le groupe de discussion provoque une rencontre sociale, même si artificielle (provoquée) comme le font la majorité des techniques de recherche en sciences sociales, ce qui enclenche les rapports d'influence et les jeux de rôle entre les participants. Parce que lieu semi-public (avec témoins derrière une vitre teintée), les jeux d'image publique de soi s'y déploient. Les individus qui y participent sont en représentation d'eux-mêmes, moins que dans un studio de télévision ou dans une assemblée politique, mais plus que dans l'entrevue individuelle en privé, où l'individu ne déploie habituellement sa « face » que minimalement (Johansson, 2009). En matière d'opinions exprimées, ces conditions sont déterminantes.

Le troisième défi tient à l'angle choisi pour l'analyse des données recueillies par l'exercice. Dans le cas de la recherche du PNCP, mettre l'accent sur le déroulement et la dynamique du groupe, sur les interactions en tant que telles, n'aurait pas été cohérent avec les raisons de la mise sur pied des groupes de discussion. De même, l'étude des effets sur les participants : changements d'opinion, effets émotionnels thérapeutiques, etc. n'aurait pas correspondu aux interrogations guidées de la recherche. Il fallait garder le cap de la réaction à des messages médiatiques, comme on le verra.

Après une présentation succincte de la recherche de 2005-2008 et de sa problématique, l'article se poursuivra en quatre étapes. La première retracera

l'origine de la tentation des chercheurs à considérer leurs groupes de discussion comme des échantillons représentatifs de populations larges. Le deuxième s'attachera à montrer l'usage de l'atout principal de la méthode de l'entretien de groupe, soit l'interaction entre les participants. La troisième revisitera la procédure de recrutement des participants et ses effets d'exclusion. Enfin, la quatrième partie conduira à ce qui a été la grande surprise de cette étude : les 5 groupes de discussion, considérés comme un tout, formaient malgré tout, d'une façon inattendue par les chercheurs, un échantillon représentatif d'une unique « communauté interprétative ».

Du sondage au groupe de discussion

Dès sa création en 2001, l'équipe de recherche (PNCP) s'est donné comme mandat d'explorer la très décriée « confusion des genres » entre les catégories traditionnelles de messages publics : information, opinion, publicité, divertissement et communication. La première phase de ses travaux s'est située du côté de la production des messages (Bernier, Demers, Lavigne, Moumouni & Watine, 2005). La deuxième phase – le cycle dont il est question ici – a approché le phénomène du point de vue des récepteurs. La problématique générale de la recherche, tirée du concept de communication publique (Demers, 2008), reposait sur une proposition voulant que le système de classification des messages médiatiques soit un héritage culturel dans les sociétés développées. En effet, étant donné que les catégories de contenus se sont imposées sur plus d'un siècle dans les sociétés fortement quadrillées par les médias, on devrait en conséquence les retrouver très présentes chez les usagers des médias, particulièrement chez ceux qui les fréquentent le plus, comme outils de navigation dans les contenus. Par contre, la convergence de plusieurs traditions théoriques¹ prédisait que, malgré la culture collective poussant à utiliser les catégories pour se guider dans la fréquentation des médias, il devrait être constaté que l'usage que les publics en font reste hésitant et approximatif dans la pratique.

À partir de cette base, la démarche annoncée par les chercheurs aura été guidée par deux hypothèses plus spécifiques. La première était formulée ainsi dans le projet de recherche :

« que les messages médiatiques en circulation au sein de l'espace public des démocraties de type occidental sont aujourd'hui de moins en moins « classifiables » à l'aide des catégories traditionnelles que sont l'information, l'opinion, la publicité, le divertissement, etc. Par le jeu d'une superposition de plus en plus manifeste des différents registres de la communication publique, une nouvelle visée dominante semble progressivement se mettre en place sous l'effet d'un développement

exponentiel des relations publiques et de la publicité, mais aussi de ce qui est souvent qualifié d'*information-spectacle* en lien avec l'industrie du divertissement. » La seconde hypothèse plus pointue demandait : si le brouillage des genres est perçu de cette façon par les publics et, le cas échéant, comment ils y réagissent. La méthode d'enquête qui a alors été choisie consistait à tenir un certain nombre de « groupes de discussion » réunissant des usagers des médias autour d'articles de journaux et d'extraits de téléjournaux pour enregistrer leurs commentaires sur « l'identité » de ces messages².

Au départ, le projet de tenir des « groupes de discussion » s'est présenté comme un substitut à d'impossibles sondages. En choisissant de porter leur attention sur les usages que font les publics des médias, donc en se plaçant du côté de la réception, les membres de l'équipe avaient spontanément songé à procéder par sondage. Mais c'est une procédure lourde et coûteuse, difficilement justifiable auprès des organismes subventionnaires, sauf pour des thèmes juteux comme la santé ou l'interculturel. Le groupe de discussion se présentait comme une méthode plus légère et réalisable. En s'avancant sur ce terrain, les membres du groupe de recherche se mettaient cependant particulièrement en péril. D'une part, la formation de la plupart d'entre eux en science politique les rendait particulièrement préoccupés des possibilités de généralisation des opinions à partir d'échantillons statistiquement représentatifs. De l'autre, leur expérience professionnelle en journalisme et/ou en relations publiques, avant d'entrer dans la carrière universitaire, les avait tous immergés dans les généralisations de sens commun : les gens, la population, le public, les Québécois, les Canadiens... Il fallait faire l'apprentissage des spécificités de la méthode de remplacement en surmontant ces biais.

Il a d'abord fallu se familiariser davantage avec les études dites « de réception » (Demers, 2003). Peu à peu, il est apparu que le projet de recherche se rangeait, parmi les quatre grandes traditions de ce champ (Proulx, 2005), dans celle de l'analyse de la réception, qui se préoccupe de la construction par les récepteurs de « leur » sens des messages. En effet, le groupe de recherche ne cherchait pas à étudier directement les effets des médias. Partant de la relation inégale entre les médias et leurs publics – les premiers proposent, les seconds réagissent –, l'étude prenait plutôt pour acquis un effet de la présence des médias sur le long terme : l'intériorisation dans la culture d'une catégorisation particulière de leurs produits discursifs : nouvelles, publicités, etc. comme élément d'un « modèle » du bon journalisme. De même, elle n'entendait pas directement étudier les pratiques médiatiques du public. Le groupe de recherche devait cependant s'assurer que ses interviewés disposait

déjà d'une pratique médiatique (fréquentation des médias), suffisante pour avoir quelque chose à dire de certains contenus spécifiques. Enfin, le projet n'entendait pas questionner la place et le rôle des médias comme structures sociales participant de la socialisation, expressions des styles de vie, constructeurs de cadrages interprétatifs liés à la culture collective et de mises à l'agenda en lien avec les pouvoirs. Il ne s'agissait pas non plus de questionner la construction des publics et des audiences par les médias ou les chercheurs eux-mêmes.

L'équipe a très vite découvert un second niveau de difficultés, cette fois par rapport à la tradition de *l'analyse de la réception* comme telle. En effet, le point focal de sa recherche sur les opérations de construction du sens par le public logeait, non pas vraiment dans le sens attribué aux contenus, mais dans une zone en quelque sorte préalable, partiellement pré-consciente, de l'évaluation des artefacts. Si le sens d'un texte / discours, c'est ce que quelqu'un dit à une personne qui l'interprète et si cette interprétation est liée à l'évaluation que ce récepteur en fait en fonction de ses croyances, de ses valeurs et de ses préoccupations, alors, le sens dont il était question dans cette recherche ne se rendait pas vraiment jusque-là.

En effet, le déroulement des groupes de discussion prévoyait des lectures et des visionnements d'artefacts « imposés ». Dans ces conditions, l'identification des catégories s'est effectuée en grande partie à partir de l'analyse du contenu même des artefacts alors qu'en situation de consommation « ordinaire » des messages médiatiques, un certain nombre de signes morphologiques³ et d'indicateurs périphériques au contenu – titres, thèmes, signes visuels, etc.- permettent de faire l'économie d'un examen approfondi des contenus pour savoir à quoi on a affaire en termes de catégories de messages. Ainsi, le classement d'un message donné revêt à la fois une dimension cognitive puisque l'identité du message permet d'anticiper plusieurs de ses contenus. Cela rattache ainsi la recherche du PNCP aux études de nature psychocognitive, celles qui cherchent à cartographier les invariants de la capacité de percevoir, d'interpréter et de décoder.

L'opération classement produit à l'étape balayage (*scanning*) de la consommation médiatique, en conditions normales, contient par ailleurs une dimension évaluative, la catégorie dans laquelle l'artefact est classé n'étant pas neutre. En effet, l'attribution d'une identité catégorielle à un texte d'information journalistique ou à une nouvelle télévisée conditionne l'évaluation éventuelle de son contenu, du moins quand on réfère aux valeurs du modèle journalistique classique. Par exemple, une *information* jouit d'une valeur élevée, tandis que l'identification *opinion* joue le rôle d'une mise en

garde par rapport aux contenus, et qu'une *publicité* déclenche un mécanisme défensif tout comme le fait (ou devrait le faire) le *divertissement*.

L'opération menée par l'équipe se retrouvait ainsi dans une position inconfortable sur un terrain limitrophe entre le psychocognitif et le sens.

Un usage minimal de l'interaction

Les écrits scientifiques convergent pour rattacher la famille du groupe de discussion à celle de l'entrevue. Si on suit Schrøder, Drotner, Kline et Murray (2003, p. 150), le groupe de discussion est la troisième sorte d'entrevue, après l'entrevue individuelle et l'entretien de groupe en profondeur (*naturalistic group interview* ou *network interview*). Ces chercheurs nomment la troisième sorte « Groupes de discussion nominaux », parce que c'est un entretien avec des groupes « organisés » par les chercheurs. Il existe cependant différents types d'entrevues de groupe nominal. On peut mentionner les groupes Delphi qui rassemblent des experts afin de répondre de façon complémentaire à des résultats de recherche, les séances de « brainstorming » ou encore les groupes de pairs qui doivent formuler un consensus au sujet d'un protocole ou de principes d'action (Barbour & Kitzinger, 1999, p. 4). Il y a aussi des groupes d'intervention dont la finalité est de transformer les participants, de les instruire (groupes d'apprentissage) ou de faire évoluer leur conscience. Il y en a d'autres qui sont des objets d'observation, la dynamique du groupe étant l'objet d'étude. Il y a des groupes qui sont en fait des forums de discussion permettant d'abord et avant tout aux participants de s'exprimer et d'échanger ou d'apprendre à le faire.

Dans cette recherche-ci, le groupe de discussion appartient nettement à une autre sous-espèce que le texte a désigné d'entrée de jeu par l'expression « *focus group* ». Cette expression anglaise fait généralement référence à des applications dans le domaine du marketing, où l'on cherche le plus souvent à mieux connaître les goûts et besoins des individus / consommateurs. C'est pourquoi le *focus group* est mieux connu comme activité de nature commerciale souvent destinée à tester des prototypes de futurs produits ou l'efficacité de messages publicitaires. On l'utilise aussi dans l'étude des représentations politiques où il est considéré comme une façon peu coûteuse de connaître les opinions des citoyens. La recherche en sciences sociales et particulièrement les études de réception médiatique en font aujourd'hui un usage diversifié.

La définition suivante permet de distinguer le groupe de discussion nominal des autres types d'entrevue de groupe en le rapprochant de celle du groupe de travail :

Focus groups are group discussions exploring a specific set of issues. The group is 'focused' in that it involves some kind of collective activity – such as viewing a video, examining a single health promotion message, or simply debating a set of questions. Crucially, focus groups are distinguished from the broader category of group interviews by the explicit use of group interaction to generate data. Instead of asking questions of each person in turn, focus group researchers encourage participants to talk to one another: asking questions, exchanging anecdotes, and commenting on each others' experiences and point of view. At the very least, research participants create an audience for one another (Barbour & Kitzinger, 1999, p. 4).

À noter dans cette définition l'insistance mise d'une part sur le caractère « centré » de la réunion provoquée et d'autre part sur l'importance de l'interaction entre les participants. Ce qui ouvre la porte à une échelle de *focus* plus ou moins contraignants et d'interactions plus ou moins intenses et centrales dans l'analyse. Dans le cas de la recherche du PNCP, le *focus* aura été plutôt étroit : le classement et les identités des messages étiquetés par les médias eux-mêmes comme des produits de l'activité journalistique. Bernier et al. (2008) l'expriment ainsi : « Pour les fins de la discussion, les chercheurs ont endossé cette prétention médiatique (que les artefacts sont de l'information) et l'ont répercutée auprès des participants, leur demandant s'ils considéraient que ce classement était justifié » (p. 6).

Quant à l'exploitation de l'interaction entre les membres dans les groupes, elle a été minimale. Les chercheurs avaient bien noté que la plus-value principale de la méthode des entrevues de groupe est l'interaction entre les membres. Autrement, il aurait mieux valu faire des entrevues individuelles ou une enquête par questionnaire. L'entretien de groupe, lui, fabrique une sorte de simulacre des hommes en société, en miniature. Comme le disent les manuels, le groupe de discussion recrée un milieu social momentané pour les participants : « Ce contexte crée une dynamique de groupe où les énoncés formulés par un individu peuvent engendrer des réactions et entraîner dans la discussion d'autres participants. Les arguments présentés pour ou contre un point de vue peuvent aider certains participants à se former une opinion sur un sujet pour lequel ils n'avaient possiblement que peu d'intérêt auparavant. Tout comme dans la société, les participants changent parfois d'opinion en entendant les propos tenus par d'autres participants » (Geoffrion, 1993, p.312).

On devait donc pouvoir, dans une certaine mesure, y observer la reconstruction des discours dominants, les influences entre participants par le verbal ou le non verbal, les incohérences et changements d'opinion s'ajustant

en cours de discussion pour plaire ou déplaire dans le jeu de rôles, la construction des majorités et des déviances. Et même le reflet dans les propos des participants de ce qu'ils présument être les attentes des chercheurs. Tout cela a de fait été observé par le groupe de recherche. Les communautés circonstancielles / momentanées construites par chacun des *focus* ont effectivement permis de voir les participants négocier leur dialogue, former des coalitions, s'ajuster sur les leaderships émergents, choisir les points de vue compatibles, etc. Les chercheurs ont aussi vu en action le mécanisme de rétablissement de l'orthodoxie. L'examen des interactions montre par exemple le flottement de départ entre des gens qui, sauf exceptions, ne se connaissaient pas et qui ont tâté le terrain en présentant une première interprétation qu'ils ont durcie ou modifiée au long des discussions avec les autres. Dans chaque groupe, un jeu de rôles villageois s'est ainsi rapidement dessiné avec des profils dominants, suiveurs, déviants, excentriques, taquins, etc.

La ressemblance du groupe de discussion avec la vie en société est cependant réduite. L'entretien de groupe est limité à des échanges de parole et de signaux. C'est aussi un groupe artificiel parce que convoqué par une autorité (des chercheurs, l'Université, la science) dans des conditions organisées à ses fins propres. Certains des participants ont souligné ce caractère non-naturel de la rencontre. L'approche fondée sur les groupes de discussion s'inscrit en fait dans le même rapport général « inégal » que celui qui gouverne la relation entre l'offre et la demande, la production et la réception. C'est l'offre (la recherche) qui mène le jeu en ce qu'elle active la demande (le groupe).

Dans ce cas-ci, il y avait une autre limite : les *focus* utilisaient des artefacts qui obligeaient les participants à entrer plus avant dans chaque message présenté, à y penser à deux fois, à analyser sensément et à avoir finalement une opinion (comme dans un sondage où il est ridicule de ne pas avoir d'opinion). Or il est anormal dans la vraie vie de s'attarder ainsi à toutes ces nouvelles qui ont été écartées d'emblée parce qu'identifiées, à l'aide de leurs caractères morphologiques plutôt comme de la publicité, du divertissement, ou comme appartenant à une rubrique sans intérêt pour soi, etc. Dans le cadre du *focus group*, le lecteur / téléspectateur perd ainsi l'avantage, en termes d'économie cognitive, que lui procure normalement le rangement rapide en catégories (après un simple balayage / *scanning*), celui de les évaluer sans avoir à en prendre vraiment connaissance.

Il fallait aussi, en raison des hypothèses de départ visant les usages d'un « acquis » culturel : les catégories, éviter de lancer inutilement une discussion au niveau métacatégories, celui où s'étaient placés les chercheurs au départ, c'est-à-dire à propos des catégories comme telles, de leur définition et de leur

pertinence. C'est pour cette raison qu'après un pré-test mené avec et auprès d'un groupe d'étudiants, il avait été décidé que l'animateur des *focus* utiliserait le mot journalisme pour désigner les artefacts et que sa question repère serait : est-ce que cela est du journalisme? Le terme journalisme appartient à un système catégoriel parallèle à celui de la communication publique dont il inclut au moins 2 catégories : l'information et l'opinion.

Contraints par le *focus* sur des catégories préexistantes, les chercheurs se sont finalement limités à exploiter l'interaction entre les membres seulement pour ses effets de stimulation mutuelle de la conversation autour et à propos de celles-ci. La dynamique du groupe aussi bien que les expressions d'opinions prenant la tangente par rapport au thème central ont été laissées de côté.

Les exclus

Le recrutement des participants a été réalisé selon la méthode dite « boule de neige » (Borgatta & Montgomery, 2000), c'est-à-dire via le réseau social des chercheurs et des assistants. Chaque chercheur a communiqué avec quelques-unes de ses connaissances auxquelles il a demandé d'identifier des personnes qui pourraient être intéressées par un débat sur les messages médiatiques présentés comme du journalisme. Ces « relations » ont été sollicitées à leur tour et informées du but de la recherche et de sa méthodologie. Les personnes qui se disaient intéressées ont reçu une lettre de présentation du projet global et le formulaire de consentement, lesquels leur ont été acheminés par courriel, par télécopie ou par courrier régulier. Ceux et celles qui ont décliné l'offre ont été invités à leur tour à identifier une ou deux personnes de leur entourage pouvant être intéressées par la recherche. Finalement, un bref questionnaire a été administré aux volontaires qui ont ainsi fourni des informations relatives à leurs habitudes et préférences en ce qui a trait aux médias. C'est en partie sur la base des réponses contenues dans les questionnaires – notamment leurs préférences thématiques – qu'ont été formés les différents groupes. Conformément aux protocoles actuels de participation aux recherches de cette nature, chaque volontaire a signé un formulaire de consentement.

Au total, 47 participants ont été recrutés :

- 29 hommes et 18 femmes;
- 6 participants de 18 à 24 ans, 11 de 25 à 34 ans, 5 de 35 à 44 ans, 11 de 45 à 54 ans, 13 de 55 à 64 ans et 1 de 65 ans et plus;
- 4 diplômés du secondaire, 3 du collégial, 24 d'un certificat ou baccalauréat universitaire et 16 d'un 2^e ou 3^e cycle d'université;
- 21 professionnels, 9 retraités, 8 travailleurs des services, 7 étudiants et 2 sans-emploi.

- 41 d'origine québécoise, 6 non Québécois « de souche ».

Un souci de représentativité des sexes, de l'âge, de la scolarité et de la diversité socioprofessionnelle avait guidé le recrutement et la formation de chaque groupe. D'ailleurs, dans la dernière étape du recrutement, un effort particulier a été fait pour recruter plus de « jeunes » et plus d'amateurs de thèmes comme les sports, les arts et spectacles et l'information de service.

Ça ressemblait à ce qu'on fait quand on construit un échantillon statistiquement représentatif pour un sondage. Graduellement, il est apparu à tous les membres du groupe que la tenue de *focus group* porte inévitablement d'importantes limites par rapport au sondage, dès le recrutement des participants. La convocation elle-même – par des profs d'université, sur un sujet sérieux : l'information journalistique – indique aux éventuels participants qu'il va falloir paraître intelligent et articulé. Ainsi, ceux et celles qui ne se croient pas habiles au discours risquent fort de ne pas être présents. De même, celles et ceux qui ne fréquentent pas les médias et plus spécifiquement l'information dans les médias. Plus ceux et celles qui ne parlent pas français avec aisance. Plus ceux et celles qui croient que leurs opinions ne sont pas présentables en public. Cela fait beaucoup d'exclus. Malgré les relances pour avoir plus de jeunes, de femmes et de membres des communautés culturelles. La valeur de représentation socio-démographique d'un *focus* ne peut pas être corrigée par des relances et des manipulations statistiques, comme on le fait pour un sondage scientifique.

Un seul répertoire interprétatif

Au total, l'opération aura finalement produit un échantillon représentatif mais d'une façon inattendue pour les chercheurs : elle n'a en effet livré qu'un seul « répertoire interprétatif », une indication forte que l'échantillon était effectivement représentatif, d'un seul segment de population. L'exploration des écrits savants à propos de la réception et de la pratique des médias par les publics avait permis aux chercheurs de déceler une proposition transversale qui joue aujourd'hui le rôle de postulat pour les études de réception : chaque individu fait partie au départ d'une « communauté interprétative », « c'est-à-dire un regroupement d'individus qui n'est pas d'abord fondé sur des similitudes du point de vue des origines socioéconomiques de ses membres, mais plutôt sur le partage commun d'un même mode d'interprétation du discours social (...), c'est-à-dire du même code. » (Breton & Proulx, 2002, p. 231) Quand il est à l'intérieur de sa communauté interprétative, l'acteur-récepteur individuel se sentant à l'aise, s'autorise une expression plus libre branchée sur pleins d'éléments partagés et qui pour cette raison restent dans l'implicite (Breton & Proulx, 2002, pp. 231-232). Le concept de

« communautés interprétatives » a par la suite été redéveloppé sous l'expression de « répertoires interprétatifs » pour permettre son application empirique. « Rather than assuming that individuals 'belong' to delimited communities, the latter notion suggests that they rely on a range of repertoires, depending on their own background, the text at hand, as well as the particular context of media uses. » (Jensen, 2002, p. 167)

Le premier des postulats de la réception médiatique affirme en ce sens que l'« identité » et les « répertoires communicationnels » des individus sont forgés par leurs expériences au sein de différentes institutions (la famille, l'école, les clubs, les associations et les groupes de pairs) (Schrøder et al., 2003). Les « répertoires interprétatifs » disponibles sont donc liés pour chaque individu à son histoire de vie et aux différentes autres « communautés interprétatives » auxquelles il a pu appartenir. Parmi ces communautés, il y a des appartenances ethniques et des appartenances socio-économiques (niveaux d'éducation et de revenus, type de profession, etc.). Le recrutement pour ces *focus* n'aura pas permis d'identifier avec précision les caractéristiques de chacun des participants à ce chapitre, si ce n'est pour dire que tous étaient *a priori* des consommateurs réguliers d'information journalistique. L'étude ne nécessitait d'ailleurs pas cette identification, ni ne la présupposait, le degré de diversité des participants qui était recherchée n'allant pas jusqu'à ce niveau.

Les répertoires sont en constant changement, les gens négociant les ambivalences en fonction d'un contexte. (Schrøder et al., 2002, p. 148) Ce qui ouvre la porte à l'apprentissage d'autres répertoires, plus ou moins différents, si l'individu sort de manière significative des institutions d'une « culture » donnée pour entrer dans une autre. C'est ce qui donne sens à toutes ces recherches sur des groupes spécifiques (les jeunes, les femmes, les communautés, les classes populaires) pour lesquels on présuppose que l'axe central de leur perception du monde n'est pas le même que celui de la « culture » des institutions dominantes.

Or, ce que la recherche a mis au jour, c'est que les participants sont restés à l'intérieur d'un seul et même « répertoire interprétatif ». Le premier indice en aura été que les propos (intelligents) des participants rejoignaient tellement la sensibilité des chercheurs, tous anciens journalistes, inquiets du présent et du futur de ce métier et plus encore des contenus présentés comme de l'information. Pour les chercheurs, la tentation d'y voir l'alarme de toute la société a été longtemps très forte.

S'est ajoutée, suite à l'examen plus attentif de la composition de l'échantillon des 47 participants, la confirmation d'une grande proximité sociologique avec les chercheurs. Comme l'équipe PNCP, l'échantillon souffre

d'une surreprésentation des mâles. Les deux groupes bénéficient d'une scolarisation plus élevée que la moyenne de la population de la région de recrutement. Tous pratiquent une fréquentation assidue des médias, ce qui n'est certes pas le cas de toute la population régionale. De plus, même si les chercheurs, par obligation professionnelle en quelque sorte, ont une consommation médiatique plus diversifiée, il reste que leur port d'attache professionnel étant dans l'Université de la région, leur attention se porte au premier chef sur les médias de la région de Québec. Cela entraîne chez les uns et chez les autres une grande familiarité avec une poignée de médias, cette région étant dotée de peu de médias généralistes⁴, tous succursales d'entreprises dont la propriété est installée ailleurs (Demers, 2000). Il s'est révélé aussi que les uns et les autres accordent une grande importance, dans leur fréquentation des médias, à la partie dite journalistique de leurs contenus, ce qui n'est certes pas le fait de tout le monde. Ajoutons enfin que si Québec compte des membres des communautés culturelles, la présence de la majorité d'entre eux est moins liée à l'existence de communautés culturelles (généralement embryonnaires) qu'à des cheminements personnels menant soit à l'intégration, soit à un séjour temporaire.

En résumé, il s'est confirmé qu'à de multiples égards, il s'agissait d'un échantillon homogène et très semblable aux chercheurs eux-mêmes en ce qui a trait à la pratique des médias. L'expérience commune des médias qui desservent la grande région de Québec et sa communauté (majoritairement francophone) produit, par exemple, que le nom de chaque média est déjà connoté, de telle sorte qu'on le range spontanément parmi les médias « de qualité » ou parmi les médias plus « populaires ». Cela se traduisait aussi par une proximité évidente d'accent et de musique du langage parlé des participants. On était dans le même monde.

La conclusion s'imposait : sous réserve des flous théoriquement prévisibles, le groupe de recherche était en présence d'un seul répertoire interprétatif. L'analyse des verbatims des échanges allait en dessiner les principaux traits. Les commentaires se déroulaient en référence constante à la mission normative traditionnelle du journalisme : service public, objectivité, priorité au politique, etc. L'évaluation des médias était explicitement guidée par la distinction traditionnelle entre médias « populaires » (*Le Journal de Québec*, TQS...) et « de qualité » (*Le Devoir*, *La Presse*...). La posture était unanimement critique, au sens que lui donnent les gens instruits, et qui se manifeste notamment par une présomption que les médias (propriétaires, journalistes, producteurs...) cachent leurs objectifs.

Plus tard, quand une vue d'ensemble de l'analyse des données est devenue possible, il s'est ajouté la découverte qu'au moins trois autres scénarios interprétatifs, relativement bien identifiés dans les études savantes, étaient totalement absents du corpus. C'était surprenant : on aurait pu s'attendre à ce que quelqu'un les évoque. Par exemple, celui de « la communication », cristallisé par les écrits de Jean Charron et Jean de Bonville au moyen du « paradigme » du journalisme de communication. (Brin, Charron & de Bonville, 2004; Charron & de Bonville, 1996). Cette grille traduit la montée en force depuis l'après-guerre de pressions multiformes pour que cesse la relation « autoritaire » de base de l'information, entre un émetteur qui tient ferme le haut-parleur collectif (le média de masse) avec lequel il arrose les autres ainsi transformés en publics et audiences. Le nouveau paradigme reformule l'exigence fondatrice des études en communication voulant, si on en croit Craig (2009), que la relation médiatique du haut vers le bas se rapproche de la vraie communication, celle de l'interaction entre interlocuteurs égaux.

Il y a bien eu ici et là des références, le plus souvent indirectes, au glissement de la présentation des nouvelles à la télévision vers un « style conversationnel ». Il s'agit de cette posture de l'animateur / présentateur / lecteur qui parle à la caméra comme si elle était un interlocuteur et qui, latéralement, converse avec ses collaborateurs et invités. À tout coup, cependant, le style conversationnel a été rangé par les participants parmi les pratiques des médias populaires, et comme une menace pour les médias de qualité, plutôt que de le rattacher à la rationalité « communication », concurrente du modèle autoritaire classique.

De plus, il n'a été question nulle part d'une autre dimension de cette même concurrence, celle des efforts des médias pour cueillir l'opinion de leurs audiences (au-delà des résultats de sondages) et la réintroduire dans leurs contenus, dans un mouvement de simulacre de dialogue entre eux et les publics. Cette interaction constamment sollicitée prend la forme d'invitations rituelles à réagir aux propos journalistiques, à voter sur la question du jour, à écrire des courriels, à envoyer des photos, des nouvelles, à accepter de répondre aux radios-trottoirs et autres *vox populi*. Elle multiplie aussi la pratique plus ancienne de faire une place à l'individu « ordinaire », ses témoignages, ses opinions, ses émotions. Ce monsieur / madame-tout-le-monde forme aujourd'hui une catégorie de sources journalistiques qui va de soi, les individus sélectionnés pour apparaître dans les reportages se présentant comme typiques et naturellement représentatifs par l'apparence, le langage ou les opinions de sous-catégories de gens ordinaires : la victime, le gréviste, la mère de famille...

Un autre répertoire interprétatif auquel on aurait pu s'attendre est celui du mouvement du « *citizen journalism* » qui découvre dans l'Internet le moyen pour les individus de se passer des médias et des journalistes professionnels ou à tout le moins de les contourner pour alimenter directement le débat public⁵. Actuellement, ses deux principaux points d'ancrage sont les « blogues » et les « réseaux sociaux » (Facebook, Twitter,...). Ce répertoire s'enracine lui aussi dans l'exigence de démocratisation des médias de masse, constante depuis leur apparition, et fait corps avec la tradition américaine du « *grass-roots journalism* » qui prône la prise en charge par la communauté et ses membres de « ses » médias, plutôt que leur abandon aux mains des entrepreneurs, de l'État, ou de techniciens spécialisés comme les journalistes. Il est souvent mixé avec l'affirmation d'un conflit intergénérationnel qui fait des « jeunes », non seulement des consommateurs plus ouverts aux nouveaux outils technologiques, mais aussi les porteurs (révolutionnaires) d'un projet de déboulonnage des vieilles barbes (*baby-boomers* ou autres) en même temps que des autorités et institutions traditionnelles.

Plus surprenant encore, rien n'a fait référence solide aux « répertoires interprétatifs » mis au jour par les « *cultural studies* » et qui sont à l'origine même de cette idée d'une diversité légitime des réceptions ancrées dans des visions du monde holistiques alternatives, celle des classes populaires, celle du féminisme, celle des gais, et celles des communautés culturelles. Ces « communautés » composent maintenant une grande partie des populations, des pays d'immigration (*settlers' countries*) en particulier, et des autres zones du monde où le brassage des populations s'est accéléré dans le cadre de la phase de mondialisation lancée par l'après guerre froide (Appadurai, 2001).

Pourtant, plusieurs des échanges ont parlé de changements, mais qui étaient tout de suite interprétés de l'intérieur du « répertoire interprétatif » commun, comme des dégradations du modèle normatif. Bien entendu, pour les chercheurs, il restait possible de méta-interpréter ces éléments pour y voir des échos du changement radical de la communication publique et des médias postulé par eux au départ de leurs travaux. Par exemple, de la convergence des perceptions d'un glissement vers le style conversationnel dans les bulletins de nouvelles télévisées. De même, pour la vedettarisation et de la *peoplelisation* des journalistes (Esquenazi, 2009).

Il était aussi possible de réinterpréter les changements stigmatisés pour en faire des appuis à une hypothétique inversion de posture des médias généralistes traditionnels et de leurs publics. Les médias traditionnels, soumis à une hyperconcurrence (Brin et al., 2004), se délesteraient des obligations de service public au profit d'une image de marque très ciblée sur des publics

partiels. Par voie de conséquence, les médias opéreraient un transfert de responsabilité vers les récepteurs qui doivent désormais devenir des citoyens plus actifs dans leur recherche d'informations. Les chercheurs ont en effet entendu des réflexions du genre : « Il y a de tout pour tous, il suffit de choisir ». Ou encore : « C'est mon choix ».

Conclusion

Au final, l'analyse des discussions aura conduit à trois niveaux de lecture par les chercheurs. Le premier concerne les opinions des participants, toutes sortes d'opinions, sur les médias, le journalisme, la société. Il fallait en tirer quelque chose de significatif en les rabattant sur les deux hypothèses, quitte à laisser de côté bien des choses intéressantes aux yeux de l'un, de l'autre ou de plusieurs des chercheurs. Au second niveau, il s'agissait d'observer l'usage et la maîtrise des catégories, en somme la compétence des participants sur ce terrain. C'est finalement par un troisième niveau de lecture qu'il a été proposé de réconcilier les deux premiers : les chercheurs se sont entendus sur 5 thématiques de lecture distinctes, une pour chacun des membres de l'équipe. La première est issue d'une grille de lecture à partir des attentes normatives classiques face au journalisme d'information (rationnel, bien commun, service public, référentiel...). La deuxième a tenté de dessiner le paysage des vocabulaires et de leurs significations, qui ont servi aux participants pour dire les catégories, ainsi que leurs points de repère pour les identifier. La troisième s'est concentrée sur la télévision et le sentiment général des participants dénonçant la dégradation du reportage télévisuel. Une quatrième s'est attaquée à tout ce qui avait trait, notamment les attributions d'intention, à une possible émergence d'une métacatégorie promotion qui permettrait aux publics de faire face à une production médiatique ne respectant plus les identités catégorielles. Enfin, la cinquième a concentré le tir sur deux innovations discursives productrices d'identités plurielles qui avaient été introduites parmi les artefacts. Les cinq analyses ont fait l'objet d'une relative harmonisation par une relecture systématique des uns par les autres et par une écriture collective de l'introduction et de la conclusion (Bernier et al., 2008).

L'ensemble porte les traces du chemin tortueux suivi à partir d'espérances plus ou moins explicites de généralisation des opinions que les chercheurs voyaient au départ dans la méthode du *focus group*, étant donné leur désir d'en faire un substitut de la méthode quantitative du sondage. Le retour réflexif sur leur parcours singulier montre comment, sur le terrain, ils ont découvert diverses limites de la méthode bloquant cette direction. La première – la plus évidente et connue – est relative à l'impossibilité de faire des participants à un groupe (8 à 12 personnes) un échantillon statistiquement

représentatif d'une population plus large. Faire entrer les proportions de la diversité humaine dans un si petit nombre est un objectif voué à l'échec. La seconde tient aux contraintes du recrutement pour ce genre d'exercice. En effet, ne seront volontaires pour participer à un entretien de groupe que des individus capables de s'exprimer en public, intéressés minimalement au thème de la rencontre et assurés que leur point de vue ne sera pas écarté d'emblée. Il y a trop de segments de la population qui sont exclus pour que les contenus puissent être généralisés. Le troisième, une difficulté complètement imprévue par les chercheurs, a trait aux difficultés de recruter et de mettre ensemble des représentants de « répertoires interprétatifs » radicalement différents dans une région « culturellement » homogène.

Par contre, l'expérience aura été une illustration de l'utilité que le marketing voit dans cette méthode parce qu'elle permet d'explorer, à coûts financiers faibles, les réactions d'un public-cible à des messages existants ou à des prototypes de nouveaux produits. Elle aura montré aussi que le *focus group* peut être une étape intermédiaire vers d'éventuelles enquêtes quantitatives ou observations à grande échelle. Chose certaine, pour le groupe de recherche, elle aura permis de préciser le vocabulaire, les questions, les attentes et la fécondité potentielle des hypothèses. Qui plus est, de façon inattendue, elle a permis de mieux cerner un sous-groupe de la population, auquel appartiennent les chercheurs eux-mêmes, et son « répertoire interprétatif » appliqué à la consommation et à la pratique des médias. La cueillette des opinions des participants aura permis de préciser certains traits de ce répertoire, probablement toujours dominant dans la région de Québec, au moins au niveau du discours public.

En résumé, l'expérience aura forcé les chercheurs à une réflexion un peu plus développée sur les acquis des études de réception et sur la méthode des groupes de discussion comme outil de collecte d'opinions. Pour comprendre qu'au total, l'entrevue, de l'espèce groupe de discussion nominal et de la sous-espèce *focus group*, n'est que marginalement utile à cette fin spécifique, malgré les apparences et les propriétés en ce sens qu'on lui prête volontiers. L'utiliser pour cela, c'est ne garder du principal atout du groupe de discussion, l'interaction, que la portion congrue, soit la simple stimulation de la conversation par les relances et interruptions.

Par contre, le *focus* permet d'observer derrière la vitre, les manières dont les participants disent sans dire, révèlent des motivations cachées sans le vouloir et donnent des indices de leurs goûts et dégoûts profonds qu'il ne convient pas toujours de montrer en public. C'est d'ailleurs, semble-t-il, ce à quoi il sert la plupart du temps dans ses versions commerciales. Du côté des

recherches scientifiques, par ailleurs, s'il s'agit de prévoir les réponses possibles et probables, d'inventorier les façons de comprendre les questions, de percevoir l'éventail du vocabulaire utilisé à propos d'une thématique par un public-cible plus large dont les participants sont les « représentants », ou d'identifier les déclinaisons des définitions attribuées à ce vocabulaire par les membres de ce public, alors, le *focus group* est un outil pertinent et productif. Toutes choses qui peuvent faire de cette démarche qualitative spécifique une étape précieuse avant la mise en place, le cas échéant, d'enquêtes diverses auprès de larges populations par d'autres méthodes statistiquement valides, par exemple des sondages. En tout cas, elle l'a été pour le PNCP.

Notes

¹ L'économie politique qui insiste sur l'hybridation croissante pour raisons de commerce. La sémiologie, l'approche par le contrat de lecture qui pointe l'incompétence relative des récepteurs dans le maniement des catégories par suite de leur fréquentation inégale des médias et des tricheries des producteurs. L'analyse de discours, elle, voit les catégories discursives comme des constructions floues et facilement intersectées sur les marges. Enfin, les études de réception mettent en évidence l'activité des usagers qui jouent avec ce qui leur est offert par les producteurs, l'acceptant tel quel très rarement.

² Bien entendu, les rencontres ont respecté les normes techniques habituelles consignées par l'expérience de la communauté scientifique pour cette sous-espèce d'entrevue de groupe : des groupes de 8 à 12 personnes, un animateur professionnel avec un assistant, un local pertinent pour le déroulement, l'enregistrement et l'observation, une procédure de recrutement susceptible de ne pas réunir les personnes (trop) liées par un réseau naturel. Des artefacts ont été utilisés chaque fois comme aiguillons de la discussion : 2 articles de journaux ou magazines + un extrait de téléjournal. Les thèmes des artefacts variaient d'un groupe à l'autre : politique (groupe 1), international (groupe 2), arts (groupe 3), société (groupes 4 et 5).

³ La reconnaissance de l'identité d'un contenu spécifique est habituellement rendue possible avant même d'entrer vraiment dans le contenu par des signaux formels attachés par les producteurs : dans les journaux, par exemple, la publicité n'a généralement pas la même apparence que l'information; à la télévision, les émissions de divertissement sont présentées dans certaines plages horaires de la programmation et selon certains formats récurrents; à la radio, le ton et le rythme des chroniques et des billets d'humeur sont différents de ce qui se pratique dans les nouvelles et les reportages, etc.

⁴ Note 7 de la page 5 de Bernier et al, (2008) : « Dans la région de Québec, les principaux journaux quotidiens sont *Le Soleil*, *Le Devoir*, *La Presse*, *Le Journal de Québec*; les télévisions généralistes sont Radio-Canada, TQS et TVA. La région est aussi desservie par le *news-magazine* bimensuel provincial *L'actualité*. Pour plus de

détails sur ces médias et leurs propriétaires, voir le site du Centre d'études des médias de l'Université Laval : www.cem.ulaval.ca. »

⁵ En français, on dit la plupart du temps « journalisme citoyen ». Mais l'expression crée de la confusion avec son sens premier dans cette langue, soit le journalisme responsable et de bien commun, valorisé notamment par le *Monde diplomatique*. Son deuxième sens traduit l'expression anglo-américaine « *citizen journalism* » qui désigne la démocratisation des médias par l'expression publique directe des simples citoyens dans les médias généralistes traditionnels ou dans les nouveaux médias.

Références

- Appadurai, A. (2001). *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*. Paris : Payot.
- Barbour, R.S., & Kitzinger, J. (1999). *Developing focus group research; Politics, theory and practice*. Londres : Sage.
- Bernier M.-F., Demers F., Lavigne A., Moumouni C., & Watine T. (2005). *Pratiques novatrices en communication publique. Journalisme, relations publiques, publicité*. Québec : Les Presses de l'Université Laval.
- Bernier, M.-F., Demers, F., Lavigne, A., Moumouni, C., & Watine, T. (2008). *L'héritage fragile du journalisme d'information. Les citoyens entre perplexité et désenchantement*. Québec : Les Presses de l'Université Laval.
- Borgatta, E.F., & Montgomery, R.J.V. (2000). *Encyclopedia of sociology*. New York : Macmillan.
- Breton, P., & Proulx, S. (2002). *L'explosion de la communication à l'aube du XXI^e siècle*. Montréal : Boréal/La Découverte.
- Brin, C., Charron, J., & De Bonville, J. (Éds) (2004). *Nature et transformation du journalisme. Théorie et recherches empiriques*. Québec : Les Presses de l'Université Laval.
- Charron, J., & De Bonville, J. (1996). Le paradigme du journalisme de communication : Essai de définition. *Communication*, 17(2), 234-251.
- Craig, R.T. (2009). La communication en tant que champ d'études. *Revue internationale de communication sociale et publique (RICSP)*, 1, 1-42. www.ricsp.uqam.ca
- Demers, F. (2000). Les médias de Québec : Arrière-pays des uns, succursales des autres. *Possibles*, 24(1), 80-90.

- Demers, F. (2003). "Fenêtres d'opportunité" et émergence de priorités politiques Le cas du glissement de la recherche des effets des médias vers l'étude de la réception. Dans J. Crête (Éd.), *Hommage à Vincent Lemieux. La science politique au Québec. Le dernier des maîtres fondateurs* (pp. 434-452). Québec : Les Presses de l'Université Laval.
- Demers, F. (2008). La communication publique, un concept pour repositionner le journalisme contemporain par rapport au débat public et à la démocratie. *Les Cahiers du journalisme*, 18, 208-230.
- Esquenazi, J.-P. (2009). Du *star system* au *people* : L'extension d'une logique économique. *Communication*, 27(1), 37-53.
- Geoffrion, P. (1993). Le groupe de discussion. Dans B. Gauthier (Dir.), *Recherche sociale. De la problématique à la cueillette des données* (pp. 311-335). Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec.
- Jensen, K.B. (2002). *A handbook of media and communication research : Qualitative and quantitative methodologies*. Londres : Routledge.
- Johansson, C. (2009). Researching relations with Erving Goffman as Pathfinder. Dans O. Ihlen, B. van Ruler, & M. Fredriksson (Éds). *Public relations and social theory. Key, figures and concepts* (pp. 118-140). New York : Routledge.
- Proulx, G. (2005). *Survol du champ de la réception médiatique. Problématiques, théories et concepts clés*. Québec : Université Laval.
- Schrøder, K., Drotner, K., Kline, S., & Murray, C. (2003). *Researching Audiences*. Londres : Arnold.

François Demers est devenu professeur/chercheur à l'Université Laval en 1980, après avoir été journaliste professionnel pendant 15 ans. Aujourd'hui professeur titulaire au Département d'information et de communication, il a été doyen de la Faculté des Arts de 1987 à 1996 et vice-doyen à la recherche à la Faculté des Lettres de 2003 à 2005. Depuis 1980, il publie des articles savants et des chapitres de livres au rythme moyen de 3 par année. Les plus récents portent principalement sur la transformation de la communication publique, des médias généralistes et du journalisme.

Notes de chercheurs en méthodologies qualitatives

La maquette d'un entretien. Son importance dans le bon déroulement de l'entretien et dans la collecte de données de qualité

Jean-Marie Van der Maren, Ph.D.

Université de Montréal

Introduction : une maquette pour quel entretien?

Le propos de cette présentation est d'exposer l'importance et le rôle de la maquette dans le bon déroulement d'un entretien, individuel ou de groupe, et dans la collecte de données de qualité. Les principes méthodologiques qui suivent ont été développés pour les entretiens utilisés lors de recherches scientifiques. Effectivement, il faut distinguer les entretiens aux fins de recherche scientifique des entretiens d'enquête de besoin ou des entretiens de groupe utilisés en éducation et en formation, entre autres.

Par entretien de groupe aux fins de recherche scientifique, j'entends, ici, l'entretien que l'on construit, que l'on conduit et dont on analyse les données afin de recueillir la représentation sociale véhiculée dans un groupe social (une école, un hôpital, une organisation, etc.) à propos d'un événement, d'une politique, d'un projet, d'un objet de recherche complexe. Ce type d'entretien de groupe diffère de celui où la question est du genre « pourquoi n'achetez-vous pas telle marque de bière? »

En effet, sous l'étiquette entretien de groupe, on trouve toute une gamme d'activités dans lesquelles un enquêteur – animateur — rencontre un ensemble de personnes pour leur poser une question qui pourrait tout aussi bien être posée à chaque personne individuellement puisque la réponse se rapporte à l'expérience individuelle. La seule justification de ces nombreux « *focus* » groupes est l'espoir que la réponse des uns stimulera ou éveillera la réponse des

autres. Mais, en somme, ce ne sont que des réponses individuelles recueillies en groupe et qui seront analysées et interprétées comme autant de réponses individuelles. Avec la possibilité, bien sûr, de les additionner, de dresser le tableau des fréquences dans les classes de réponses qui se ressemblent, sans pour autant constituer une représentation sociale.

L'entretien de groupe est aussi utilisé en éducation et en formation lorsque l'on souhaite construire une culture commune ou un projet commun par la confrontation des membres d'une organisation à un problème complexe. Dans les formations, c'est sur la dynamique du groupe que l'on va s'appuyer pour permettre la construction d'une vision commune du projet d'action auquel les participants devront travailler. Cette situation se rapproche de l'entretien de groupe de recherche, dans la mesure où la finalité est à la fois l'élaboration commune du projet ou de la solution au problème ainsi que la découverte et l'apprentissage de cette élaboration. De telles démarches entrent d'ailleurs sous le chapeau de la « recherche-action ». La représentation sociale, comme envisagée en recherche-action ou en recherche scientifique classique, est faite de tensions, de compromis, de prise en compte de la diversité des perceptions individuelles d'un groupe de personnes, toujours hétérogène, mais qui réagit comme une seule entité dans certaines situations (par exemple, un vote unanime dans une assemblée, alors qu'un sondage de couloir indiquait des positions diverses!). Ainsi, en recherche, l'entretien de groupe a comme fonction de saisir le contenu de cette représentation sociale et d'indiquer quelques éléments du processus de sa construction.

Qu'est-ce que la maquette d'un entretien?

Comme toute maquette, il s'agit d'une sorte de modèle réduit, d'une présentation, brève, mais complète, des éléments essentiels dont doivent être informés les futurs participants avant de rencontrer le chercheur. Le texte de la maquette explique ce qui est attendu de l'entretien :

- quelles en sont les finalités, pour quelles raisons fait-on la recherche, quels sont les objectifs de la recherche?
- dans quelles conditions se déroulera l'entretien (le lieu, la durée prévue, les principes déontologiques qui seront respectés de part et d'autre, les règles de base de l'animation)?
- quels seront les usages de l'entretien (quels avantages pourront, espère-t-on, en retirer des participants ainsi que l'organisation pour laquelle travaille le chercheur)?
- quel est le schéma général de l'entretien :
 - les quelques thèmes qui devraient être traités?
 - les principales questions que l'on souhaite poser?

- de quelles sortes d'informations le chercheur a-t-il besoin : des faits, un enchaînement, des causes, des perceptions, des interprétations, etc.?
- dans le cas d'un entretien de groupe, pourquoi le chercheur s'adresse-t-il à un groupe, aux personnes réunies en groupe, et non pas à chacune des personnes?

Quel est l'objectif de l'envoi d'une telle maquette aux futurs informateurs?

C'est pour permettre aux informateurs de se préparer à l'entretien qu'on leur envoie un tel document. L'informateur est un personnage important, s'il n'est pas le personnage le plus important, dans toute recherche scientifique. C'est lui qui détient l'information dont le chercheur a besoin. C'est l'informateur qui décide de mettre à la disposition du chercheur une information de qualité : complète ou tronquée, censurée ou transparente, plus ou moins fidèle (toute la vérité, mais rien que la vérité, dit-on en justice), plus ou moins valide (la bonne vérité, celle qui répond à la bonne question). Dès lors, le chercheur a tout intérêt à respecter ses informateurs. Il convient de placer l'informateur dans les conditions les plus favorables au déroulement d'un entretien fructueux.

Permettre à l'informateur de se préparer, c'est lui donner le temps de retrouver des traces objectives de ses souvenirs et d'organiser ses pensées. Dans les entretiens de groupe, c'est donner, aux participants, le temps de planifier leurs interventions, de les organiser en répartissant les thèmes, selon leurs connaissances ou leur expérience, et de désigner, implicitement ou explicitement, un meneur de jeu. Bref, transmettre à chacun des membres du groupe la maquette de l'entretien, c'est lui donner le temps de se sentir prêt à recevoir le chercheur.

Des objections

Plusieurs objections surgissent lorsque je présente cette idée de la maquette et elles portent sur différents points.

La spontanéité

En premier lieu, on dit, à propos des participants, que, s'ils peuvent se préparer, *ils vont manquer de spontanéité!* C'est vrai. Mais que cherchons-nous? Comme les psychanalystes, voulons-nous recourir aux associations libres pour découvrir, à l'insu des informateurs, quelques traces de l'inconscient collectif? Ou bien, comme les spectateurs d'un spectacle d'improvisation, voulons-nous être émerveillés par la créativité et l'imagination débordante des participants surpris par les questions qui leur sont posées, comme tirées d'une boîte de loterie? Nous postulons que, dans une recherche aux prétentions scientifiques, il est préférable de disposer d'informateurs préparés plutôt que d'informateurs

qui patinent, surpris par les questions, et qui inventent des contes à dormir debout pour ne pas perdre la face.

La construction du passé

La deuxième objection consiste à conclure qu'en les prévenant, les informateurs vont *reconstruire le passé à partir du présent*. Mais, la psychologie cognitive montre bien que tout rappel du passé ne peut se faire qu'à partir de la conscience présente du passé, et plus encore, de la conscience que l'on a maintenant de la conscience des événements qu'on en avait lorsqu'ils se sont passés. Le rappel du souvenir, dans les entretiens, ne donne jamais une restitution du passé. Il ne produit pas autre chose qu'une reconstruction du passé à partir de la conscience actuelle du passé. Il n'y a pas de restitution possible de la conscience passée du passé telle qu'elle était.

Une variante de cette objection porte sur la facticité possible de l'organisation du souvenir. Elle exprime la crainte du chercheur que les sujets construisent *un récit « autorisé » du passé*. Les travaux de la psychologie sur le fonctionnement de la mémoire montrent que le rappel du passé est toujours le rappel que peut en construire la personne au moment où la demande lui est faite. De plus, cette tâche de reconstruction du passé tient toujours compte de la consigne qui est donnée au sujet et donc de la demande : le récit ne peut pas être autre chose qu'un récit adressé à quelqu'un dans le contexte où il est sollicité.

Lorsque l'enquête porte sur un tout proche passé, comme dans une entrevue clinique demandant au sujet d'expliquer les actions motrices ou mentales qu'il vient de poser, il y a quelques secondes à peine, le souvenir ne retrace pas tout ce qui s'est passé. Le souvenir ne retrouve jamais que les événements forts : ceux qui ont exigé une dépense cognitive ou qui ont porté un poids émotif, qu'il soit positif ou négatif. Le souvenir oublie les événements dont la charge est faible, comme ceux qui sont automatisés, ceux que nous accomplissons sans avoir à y penser, sans quoi nous tomberions de sommeil avant la fin de nos journées.

De plus, le rappel réorganise le passé à partir de la signification qui peut, maintenant et consciemment, lui être accordée. Ceci correspond à ce que certains psychologues, à la suite des psychanalystes, ont appelé « l'après-coup » : la séquence des événements est réorganisée, après les faits, afin de lui donner une consistance, une apparence d'enchaînement logique. L'exigence sociale d'une apparence de congruence cognitive amène le sujet à déplacer des événements. Certains événements sont avancés dans le temps; d'autres sont postposés; certains sont minimisés ou même banalisés, alors que d'autres sont largement amplifiés. Qu'on le veuille ou non, il en résulte que le récit du passé

ne correspond ni souvent, ni complètement, à la chronologie officielle des documents d'archives, tant s'en faut.

Dès lors, lorsque l'entretien porte sur un événement qui s'est déroulé dans le passé, la communication de la chronologie officielle aux informateurs est essentielle avant l'entretien. Cela évite les chocs émotifs que nous avons observés dans une recherche. Dans ce cas, étant donné que les écarts entre les récits fournis par les informateurs, obtenus sans cette information, interpellaient le chercheur, celui-ci fouille les archives et y découvre une chronologie officielle considérée comme objective. Afin de comprendre et d'interpréter les écarts entre les récits, le chercheur a confronté les informateurs, leur opposant leur récit initial à la chronologie découverte. Cela produisit un résultat inattendu par le chercheur, mais prévisible : le sentiment chez plusieurs informateurs que le chercheur pense qu'ils ont menti; ce qui conduisit quelques personnes, plus fragiles, à un petit débordement émotionnel nécessitant la boîte de *Kleenex*.

La désorganisation thématique

Une troisième objection porte sur l'organisation de l'entretien : ***la séquence des thèmes abordés risque d'être différente de celle qui était prévue par le schéma d'entretien***. Ceci exprime la crainte, le risque, de rendre l'analyse du contenu et de contenu plus difficile à réaliser. Mais, s'agit-il de mettre en évidence l'organisation prévue par le chercheur ou de découvrir l'organisation des événements qui découle des interactions entre les informateurs? Il faut se rappeler que ce sont les informateurs qui ont vécu ou qui vont vivre les événements à propos desquels le chercheur s'interroge. Ce sont les informateurs qui savent et le chercheur qui a besoin de découvrir leurs expériences, leurs émotions, leurs perceptions ou leurs appréhensions. En conséquence, c'est plutôt leur organisation de leurs interprétations du passé et de leurs anticipations de l'avenir qui importe. Il n'est guère possible de découvrir cette organisation lorsque le chercheur cadre les échanges dans un schéma d'entretien et ne permet pas aux informateurs d'organiser eux-mêmes les échanges? Évidemment, cela suppose que le chercheur accepte que la relation avec ses informateurs soit asymétrique et que, lors de l'entretien, ce n'est pas lui qui détient la position dominante. Si son ego ou son inquiétude de perdre le contrôle de l'entretien ne lui permettent pas d'assumer cette asymétrie, le chercheur risque beaucoup de ne découvrir que ce qu'il désire, que ce qu'il sait déjà.

La perte du contrôle de la conduite de l'entretien

Une autre remarque a trait au fait que les informateurs risquent de discuter entre eux sans interactions avec le chercheur et que ce dernier va ***perdre son rôle d'animateur***.

D'abord, rappelons que l'utilisation de l'entretien de groupe se justifie essentiellement par la recherche d'une représentation sociale. En conséquence, la discussion doit se dérouler bien plus entre les participants qu'entre le chercheur et chacun des informateurs. Le chercheur ne doit pas oublier qu'il dispose d'un statut spécial en tant que chercheur : c'est lui qui a réuni les participants, c'est lui qui est auréolé du statut de chercheur, c'est lui qui, aux yeux des participants, dispose du statut dominant, alors qu'en fait les résultats de sa recherche dépendent de ses informateurs. Dans la mesure où, avec le statut que les participants lui attribuent, il intervient par des questions, par une régulation des échanges, il confirme un statut dominant et la discussion se réduit à une suite de dialogues entre le chercheur et chacun des participants, sans réelle discussion de groupe.

La prise en main de la régulation des échanges par un des participants, ou par plusieurs successivement, lorsqu'elle se produit, permet au chercheur de réaliser son rôle d'observateur et d'enregistreur des interactions autant non verbales que verbales. Prendre des notes de ce qui se dit, ce n'est pas seulement important pour le chercheur qui ainsi pourra suppléer aux pannes des magnétophones, c'est aussi indiquer aux informateurs que l'on considère que ce qu'ils disent est important pour la recherche. Ne pas regarder celui qui parle, mais regarder les membres du groupe qui ne parlent pas, c'est aussi témoigner du respect à tous ceux qui sont présents, même s'ils ne parlent pas. Ne pas regarder celui qui parle, ni interagir avec lui (par les mouvements de tête, les hum-houm, etc.), c'est indiquer à l'orateur que c'est aux autres qu'il est censé s'adresser. Regarder ceux qui ne parlent pas, cela permet d'être attentif à leurs réactions non verbales et de leur indiquer que l'information des beaux parleurs n'est pas privilégiée par rapport à celle des autres, ce qui est souvent important si l'on veut obtenir l'information des minoritaires d'un groupe de discussion.

Cela ne veut pas dire que l'envoi de la maquette est un substitut au rôle d'animateur que peut et que doit tenir le chercheur à certains moments. Il ne faudrait pas que cela permette au chercheur de ne pas se soucier de l'animation de l'entretien et de ne pas exploiter ce qu'il observe et entend. Par exemple, ayant observé une réaction non verbale manifestée par un participant silencieux, il peut, d'abord du regard, tenter de susciter sa parole, ensuite poser une question invitant l'expression verbale des réactions non verbales. Encore, si un thème faisant partie de la maquette a été évité, il trouvera une formule

pour amener les participants à en discuter ou à expliciter la moindre importance qu'ils lui accordent. Comme il pourra demander au groupe de développer une thématique non prévue, mais probablement intéressante, qu'un membre ou l'autre du groupe a pu esquisser sans l'approfondir.

Du bon usage de la maquette

Pour que la maquette de l'entretien puisse effectivement tenir le rôle dont on vient de discuter, son usage comporte quatre phases.

Identifier l'objet de l'entretien

Cela peut paraître banal, car l'identification de l'objet de l'entretien de groupe aurait dû être clarifiée avant de choisir l'entretien de groupe comme moyen d'investigation. Dans les faits, on constate que trop souvent l'objet de l'entretien n'est pas bien cerné, ce qui conduit à une liste de questions auxquelles les informateurs apportent des réponses à côté de ce qui est attendu : du point de vue du chercheur, ils ne répondent pas à la bonne question. Cela est le plus souvent attribuable à la centration du chercheur sur une question ou sur un problème sans prendre en considération le contexte de la situation dans lequel les informateurs vivent ce problème. Or, décontextualisés, l'énoncé du problème et les questions par lesquelles on tente de l'aborder risquent d'être interprétés dans un autre sens que celui auquel le chercheur pense. Sans prendre en compte l'ensemble de la situation dans laquelle les informateurs se situent, on court au malentendu.

La rédaction de la maquette

Rédiger une première version

La première version de la maquette exprime donc, comme un modèle réduit, le contexte de la recherche en précisant les finalités de l'entretien, l'usage que l'on en fera et ses modalités. Autrement dit, on précise pourquoi on va réaliser un entretien, pourquoi un entretien de groupe, pour quelle raison avec telles personnes choisies comme informateurs, etc. On explique alors le déroulement de l'entretien, le rôle de chacun, tant des participants que du chercheur, les modes d'enregistrement du contenu de l'entretien et la manière dont sera analysé et synthétisé ce qui s'y sera dit. Cela permet de bien situer la recherche et constitue une transition vers l'énoncé des principes déontologiques que le chercheur va respecter envers ses informateurs et envers l'information qu'ils vont lui livrer. La liste des questions ou des thèmes est ensuite fournie, avec sa structure et l'explication de cette structure s'il est important que les thèmes soient abordés dans un certain ordre. On peut aussi clore cette partie de la maquette en énonçant quelques-unes des règles à respecter pour que l'entretien se déroule d'une manière agréable pour tous.

Insistons sur le fait qu'il s'agit d'une maquette : il ne s'agit pas d'y reproduire le chapitre méthodologique du projet de recherche adopté par le comité-conseil qui encadre le travail. D'une part, il importe de se limiter à quelques pages, maximum deux à trois pages. Une exception est tolérée : lorsque la recherche se rapporte à la représentation d'un événement passé assez complexe, il importe, dans une annexe cependant, de fournir la chronologie « officielle » tel qu'elle a pu être reconstruite à partir de sources « objectives » comme les procès-verbaux de séance et les articles de journaux rapportant les faits, en évitant de se baser sur des éditoriaux et des articles d'opinion. D'autre part, cette maquette s'adresse, non pas aux collègues savants ou aux membres du comité ou du jury, mais aux informateurs. Il importe alors d'ajuster le langage et la phraséologie à la sémantique et à la syntaxe que les informateurs utilisent entre eux, dans leurs échanges, puisque ce sont de tels échanges que la maquette est censée stimuler et organiser.

Il en résulte que la rédaction de la maquette respectera quatre exigences. D'abord, la clarté : comme on vient de le souligner, il faut utiliser un langage que les informateurs vont comprendre. Ensuite, la concision : on veillera à retrancher de la présentation de la recherche tout ce qui est inutile pour les informateurs. Mais, de plus, bien que concise, l'information devra être complète de telle sorte que le chercheur ne doive pas, en cours d'entretien, interrompre les échanges pour apporter des éléments tels que les participants auront le sentiment que le chercheur a mal préparé l'entretien et qu'il aurait quand même pu les donner dès le départ. Enfin, la maquette sera précise : elle sera transparente dans ses intentions, dans ses demandes et ses consignes. Ces quatre exigences de rédaction correspondent à ce qu'un ergonomiste (Ochanine, 1978) avait décrit en parlant de ce que tout travailleur attend qu'on lui dise : des consignes qui fournissent une image « opérative » du travail à entreprendre. Il avait précisé que toute personne à laquelle on demande de réaliser une tâche (et nos informateurs comme nos étudiants en sont) attend « des consignes et des exposés clairs, laconiques, simples, ne comportant que les éléments utiles à l'action, adéquats à la tâche, permettant d'apprendre l'exécution des actions par leur réalisation, efficaces, même s'ils sont incomplets ou déformés d'un point de vue théorique ».

Valider et corriger la maquette

Une fois cette première version rédigée, il sera important de procéder à deux validations qui aboutiront sans doute à quelques corrections ou modifications. On va d'abord soumettre la maquette à l'avis de quelques experts, selon leur disponibilité. Leur expertise est envisagée sous trois titres : leur connaissance de la méthodologie de l'entretien, leur connaissance de la problématique et leur

connaissance de la culture des informateurs auxquels on souhaite s'adresser. En fait, à partir de leurs connaissances, on leur demande d'évaluer la fonctionnalité de la maquette : sera-t-elle un bon stimulus pour l'entretien envisagé étant donné le type d'information que l'on souhaite recueillir et les participants que l'on pense inviter?

Ensuite, il conviendrait que le chercheur teste la maquette, sa réception, son utilisation ainsi que ses propres manières de conduire l'entretien auprès d'un groupe cobaye en réalisant une étude pilote enregistrée. La conduite d'une étude pilote n'est pas superflue, bien qu'elle soit souvent considérée comme un idéal auquel on tente d'échapper parce qu'on ne s'en donne pas le temps. Mais il faudrait le faire bien plus souvent lorsqu'on a la possibilité de recourir à un petit échantillon de personnes typiques des informateurs que l'on retiendra dans l'étude finale, ou bien à quelques comparses, des collègues, qui acceptent de jouer le jeu pour nous rendre service dans le cadre d'un échange de bons procédés. Une fois l'étude pilote enregistrée, son analyse permettra souvent de repérer quelques petits défauts dans l'exposé de la maquette et des questions posées, quelques malentendus attribuables souvent à la différence de culture, de présupposés ou de perspective entre le chercheur et les participants aux entretiens.

L'envoi de la maquette et le contrôle de sa réception

Une fois que la rédaction de la maquette a été validée, on pense à l'expédier aux informateurs une dizaine de jours avant la date prévue de l'entretien. Au XXI^e siècle, même si l'on effectue un envoi postal, il sera sans doute plus efficace de procéder par Internet avec la majorité des informateurs : le courrier électronique leur transmet la maquette sous forme d'un fichier PDF lisible par tout ordinateur. Encore faut-il se rappeler que le courrier électronique n'est pas absolument fiable. Il arrive que des boîtes de réception soient pleines et que notre message ne puisse pas y entrer. Une erreur d'adresse peut ne pas conduire le message à la bonne personne. On rencontre aussi des personnes qui utilisent plusieurs adresses et qui ne relèvent pas la boîte à laquelle on a envoyé le message aussi fréquemment que nécessaire. Il importe donc d'effectuer une vérification par un autre message, sans le fichier PDF joint, et par un appel téléphonique, en cas de problème.

De toute façon, 48 à 24 heures avant la rencontre, un rappel téléphonique est important : non seulement on vérifie si les personnes ont bien reçu la maquette, mais on s'assure aussi qu'elles l'ont lue et qu'elles l'ont comprise. C'est l'occasion de vérifier leur disponibilité, d'apporter encore quelques explications et de rappeler l'heure et le lieu de la rencontre.

La conduite de l'entretien à partir de la maquette

Comme dans tout entretien, le chercheur procède d'abord au rituel d'accueil et de mise en route. Selon le lieu et les cultures, au-delà du café, du thé, des beignets ou des biscuits secs, les présentations et quelques banalités permettent de casser la glace.

C'est au moment du démarrage que l'exploitation de la maquette trouve sa première utilité : elle constitue l'amorce idéale pour aborder le sujet, pour lancer l'entretien en tant que tel. La formule pourra être du genre : « Vous m'avez confirmé, au téléphone, avoir reçu la documentation, appelée maquette, de notre entretien. Avez-vous quelques questions que vous aimeriez encore poser? »... « Si vous n'avez plus de question, que dites-vous, qu'avez-vous à vous dire au sujet de ce qui nous occupe? »

Une fois cette question posée, après quelques secondes de silence que le chercheur doit avoir appris à supporter, l'un des participants prend la parole et l'entretien de groupe débute réellement. Il suffit alors au chercheur de se taire, d'observer ce qui se passe, de noter comment réagissent ceux qui ne parlent pas, mais qui s'expriment quand même par leur posture et leurs attitudes, d'enregistrer ce qui se dit et de laisser le groupe gérer son entretien de groupe.

Dans certains cas, les plus favorables, mais pas exceptionnels, le chercheur n'aura presque pas à intervenir. Il m'est arrivé plusieurs fois de ne plus avoir à dire un mot avant la clôture de l'entretien. Je me rappelle de deux occasions en particulier, l'une avec des enseignants d'une école secondaire et l'autre avec des étudiants universitaires, où le groupe s'était spontanément organisé pour que tous puissent s'exprimer, pour que chacun écoute le point de vue des autres, pour que les questions de controverse soient abordées à la manière d'un échange visant une représentation communément partagée. Prendre mes notes et les remercier fut l'essentiel de ma tâche, la maquette ayant pleinement joué son rôle. Bien évidemment, il est d'autres cas où le chercheur devra intervenir afin de pousser les informateurs à creuser le problème, afin de permettre aux timides de s'exprimer sans subir les sarcasmes des dominants. Bien sûr, la maquette ne règle pas tout et il est des groupes avec lesquels l'entretien est difficile à conduire. Mais, au moins, l'utilisation d'une maquette aura fourni un moyen d'avoir un peu plus de facilité avec les groupes d'informateurs de bonne volonté.

Référence

Ochanine, D. (1978). Le rôle des images opératives dans la régulation des activités de travail. *Psychologie et éducation*, 3, 63-65.

Jean-Marie Van der Maren est licencié en Pédagogie et docteur en psychologie de l'Université Catholique de Louvain. Il enseigne à l'Université de Montréal depuis 1974, surtout les questions de méthodologie de recherche et de communication pédagogique en enseignement universitaire. Il a créé, avec quelques collègues, l'Association pour la recherche qualitative en 1985. Il a publié deux ouvrages aux PUM et chez De Boeck : Méthodes de recherche pour l'éducation (1996) et Recherche appliquée en pédagogie (1999, 2003). Depuis qu'il a assumé la direction du département d'administration et fondements de l'éducation (2001-2009), il travaille à la mise au point d'une conception de la formation professionnelle des directions d'établissement s'appuyant sur une conception ergonomique de la formation. Ceci le conduit à s'interroger sur le rapport entre le discours et la réalité ainsi que sur les possibilités de formulation des savoirs pratiques qui soit pertinente à la formation et au perfectionnement professionnel en éducation.

Hors-thème

Une recherche collaborative en contexte d'entreprise d'insertion : de l'idéal au possible

Bruno Bourassa, Ph.D.

Université Laval

Chantal Leclerc, Ph.D.

Université Laval

Geneviève Fournier, Ph.D.

Université Laval

Résumé

Cet article rapporte une expérience de recherche collaborative ayant pour ambition initiale *l'analyse critique et la transformation* des pratiques professionnelles d'intervenants d'une entreprise d'insertion par l'économie. D'abord, les assises épistémologiques de ce type de recherche sont posées ainsi que les considérations théoriques et méthodologiques qui ont guidé la présente recherche. Ensuite, est proposée une analyse de l'évolution de ce projet et plus particulièrement de l'écart étonnant qui s'est progressivement créé entre les intentions initiales de cette recherche (le projet idéalisé) et celle qui a vraiment eu lieu (le projet réel). Si plusieurs écrits scientifiques des dernières années révèlent la spécificité et la pertinence des recherches-action, peu d'entre eux portent leur attention sur les difficultés, les surprises, les compromis et les réajustements constants qui interviennent en cours de processus. Cet article se veut une contribution en ce sens.

Mots clés

RECHERCHE ACTION, RECHERCHE COLLABORATIVE, PROJET IDÉAL/PROJET POSSIBLE, APPRENTISSAGE TRANSFORMATEUR, OBSTACLES AU CHANGEMENT

Introduction

Les pratiques de la recherche-action se sont multipliées et raffinées au cours des vingt-cinq dernières années (Cook & Wolfram-Cox, 2005; McNiff & Whitehead, 2006; Reason & Bradbury, 2001). Un nombre croissant de chercheurs rattachés aux sciences humaines et sociales ont remis en question les paradigmes et les méthodes de recherche plus traditionnels généralement empruntés aux sciences naturelles. Plusieurs espoirs rattachés aux possibilités de découvrir les lois inéluctables du fonctionnement de la personne et des groupes ont été délaissés. Les croyances à des règles ou procédés « invariables » devant instruire les pratiques d'intervention ont aussi été ébranlées. On a reproché aux chercheurs de produire des savoirs désincarnés et peu utiles pour la pratique; on a aussi critiqué leur manière d'instituer un rapport hiérarchique entre eux et les « sujets » participants à leurs recherches en s'appropriant presque exclusivement cette compétence qui consiste à produire des connaissances. *A contrario*, il est apparu aux promoteurs de la recherche-action, qu'une recherche qui veut mieux servir l'émancipation des personnes et des collectivités ainsi que le développement des pratiques sociales et des pratiques d'intervention professionnelle, devrait s'affranchir de ces dictats, plus ou moins explicites, hérités d'une conception positiviste du monde et de la connaissance. Ainsi, la recherche-action des dernières années a tenté de redéfinir les bases du rapport au savoir ainsi que le rôle et les fonctions des personnes engagées dans une telle expérience de recherche (Greenwood & Levin, 2006; Stringer, 2007).

Selon cette perspective, la recherche est d'abord et avant tout un instrument au service du changement. Elle est utilisée par des acteurs sociaux qui souhaitent mieux comprendre et résoudre des problèmes complexes issus de leur réalité quotidienne. Elle cultive des finalités à la fois éminemment pragmatiques et heuristiques. Puisqu'il s'agit d'une forme de recherche qui part de la volonté de compréhension et de transformation de réalités vécues par les participants, elle les considère comme des collaborateurs indispensables, des experts des problématiques à l'étude et des agents de changement incontournables (Giddens, 1987). Chercheurs et participants agissent ainsi, comme co-constructeurs de nouveaux savoirs nécessaires pour dépasser en partie ou en totalité les problèmes qu'ils éprouvent, mais aussi pour fournir aux collectivités et à la communauté scientifique une autre manière de concevoir et de traiter les phénomènes étudiés.

Depuis un peu plus de dix ans, nous investissons cette autre manière de penser et de faire de la recherche. Plus spécifiquement, nous avons réalisé des recherches-action auprès de différents groupes d'intervenants oeuvrant dans

des services liés à l'emploi (Leclerc, Bourassa & Filteau, 2004) ou encore auprès de personnes éprouvant des difficultés d'intégration socioprofessionnelle (Fournier, Filteau, Béji, Bourassa, Leclerc & Mazalon, 2002). Pour ce faire, nous avons créé des dispositifs adaptés selon les groupes et leurs questions de recherche spécifiques, tout en nous inspirant des pratiques actuelles dans le domaine (Bourassa, Leclerc & Filteau, 2005; Leclerc & Bourassa, 2004). À cet égard, la littérature scientifique sur les différentes approches de la recherche-action nous a été fort profitable. Dans cette littérature, on retrouve souvent une information précieuse sur les fondements épistémologiques et théoriques de ces approches, sur les manières de procéder pour initier et conduire une recherche. On y retrouve aussi des exemples d'expériences concluantes dans différents contextes et auprès de populations diverses (Reason & Bradbury, 2001). Toutefois, à quelques exceptions près (Allard-Poesi & Perret, 2004; Greenwood & Levin, 2006), rares sont les écrits qui analysent les expériences de recherche marquées par des processus incertains ou ardues ainsi que celles dont les résultats sont plus mitigés ou moins évidents. Nous pensons que l'examen de ces expériences peut contribuer à l'enrichissement de nos savoirs sur la recherche-action et sur les possibilités qu'elle offre.

Cet article rapporte l'analyse d'une recherche-action de type collaboratif (Bray, Lee, Smith & Yorks, 2000) réalisé auprès de deux groupes d'intervenants travaillant en équipe dans une entreprise d'insertion par l'économie. Cette entreprise a pour mission d'aider de jeunes adultes qui éprouvent des difficultés importantes de tous ordres et qui compromettent sérieusement leurs possibilités d'intégration socioprofessionnelle. L'expérience relatée ici constitue une illustration de ces écarts inévitables qui prennent place entre un projet de recherche initial, ses avenues idéalisées, puis son dénouement concret et les résultats réels qui peuvent en émaner. De là, on peut comprendre comment la recherche-action s'inscrit dans la mouvance et la complexité des rapports humains et des organisations dans lesquels chercheurs et participants évoluent. L'illustration permet de voir que la recherche-action s'élabore progressivement et s'ajuste en fonction des possibilités et des contraintes qui émergent constamment en cours de route. Elle permet aussi de constater que les chantiers de travail envisagés ne sont pas toujours ceux qui seront finalement traités et que les retombées de la recherche ne sont pas toujours à la hauteur des aspirations initiales, même si elles peuvent être jugées intéressantes et utiles par ailleurs.

Dans ce qui suit, nous présenterons d'abord le projet de recherche réalisé, son origine et ses ambitions initiales. Puis suivra une analyse de l'écart

observé entre ce projet tel que conçu au départ, l'idéal, et ses aboutissements et impacts réels, le possible.

Origine du projet de recherche

L'expérience de recherche collaborative¹ dont il est question a été amorcée à la suite d'une invitation d'un organisme de recherche et d'innovation où chercheurs et praticiens travaillent conjointement pour améliorer les pratiques, les programmes et les services destinés notamment aux adolescents et aux jeunes adultes en difficulté. Dans le présent cas, le projet s'adressait aux intervenantes et intervenants oeuvrant sur différents campus d'une entreprise d'insertion par l'économie. La mission de cette entreprise d'économie sociale, à but non lucratif (Noiseux, 2004), en est une de formation et d'aide à l'intégration socioprofessionnelle de jeunes adultes de 16 à 35 ans qui ont vécu et qui vivent encore des difficultés personnelles importantes et multiples (échecs scolaires, toxicomanie, problèmes avec la justice, problèmes familiaux, pauvreté et chômage, etc.). L'entreprise propose à ces jeunes adultes un accompagnement psychosocial et une expérience réelle de travail rémunéré visant à les soustraire progressivement d'une situation d'exclusion socioprofessionnelle réelle ou imminente. Cette mission d'insertion s'inscrit dans une activité économique véritable puisque les entreprises d'insertion commercialisent les biens ou services qu'elles produisent, et ce, dans le respect des normes de qualité propres à leurs secteurs d'activité. Les intervenantes et intervenants doivent donc assumer, à la fois, une tâche éducative et une tâche de production qui obéit à des standards de rendement et de qualité en tenant compte des règles du marché.

Nous avons été approchés par les responsables de l'organisme de recherche et d'innovation ainsi que par la direction et quelques représentants du groupe d'intervenants de l'entreprise d'insertion. La demande était d'accompagner les intervenantes et intervenants de cette entreprise dans une démarche visant la compréhension et l'amélioration d'aspects de leurs pratiques quotidiennes qui, de leur point de vue, pouvaient s'avérer déterminants pour la réussite de la mission de l'entreprise. Des difficultés récurrentes rattachées à cette mission et à l'intervention étaient évoquées : la conjugaison et l'aggravation des problèmes personnels des jeunes adultes participants, la difficulté de concilier les ambitions éducatives et les exigences de productivité de l'entreprise, la réduction des ressources humaines et financières, les problèmes inhérents au travail en équipe, etc.

À la suite de deux rencontres initiales avec ces « demandeurs », nous avons proposé un projet de recherche collaborative ayant pour but *l'analyse critique et la transformation des pratiques professionnelles*. Ce projet, ramifié

à la lumière de leurs commentaires, a ensuite été validé et réalisé auprès de deux groupes restreints d'intervenantes et d'intervenants.

Les participants et participantes à cette recherche

Les participants et participantes à cette recherche travaillent sur quatre campus de l'entreprise d'insertion : deux fermes écologiques (soins des animaux, production de légumes, services d'animation et de restauration), une entreprise d'entretien de terrain et de bâtiments et un centre de villégiature en pleine nature accessible à des personnes ou à des familles à faibles revenus.

Ces participants présentent des profils professionnels diversifiés – conseillères d'orientation, éducatrices spécialisées, agronome, technicienne en agriculture, concierges... – et se répartissent des fonctions tout aussi diversifiées : soutien technique, formation, counseling, aide à l'insertion socioprofessionnelle et à la recherche d'emploi, gestion, promotion des services auprès des partenaires et des bailleurs de fonds, etc.

Les deux groupes ont été respectivement constitués de personnes qui, majoritairement, travaillaient ensemble au quotidien sur un même campus ou qui devaient souvent collaborer les uns avec les autres pour réaliser la mission de l'entreprise d'insertion. La constitution des deux groupes a fluctué au cours des deux années où nous les avons accompagnés. Au départ, le premier groupe était composé de sept personnes. Par ailleurs, deux d'entre elles n'ont pu terminer le processus de recherche puisqu'elles ont quitté leur travail pour occuper un emploi ailleurs. Aussi, nous avons dû interrompre le processus du deuxième groupe à mi-parcours, puisque cinq des neuf participants ont laissé leur emploi : deux pour cause de maladie et trois parce qu'ils avaient accepté un travail chez un autre employeur. Par la suite, à la demande des quatre personnes restantes et des cinq nouveaux intervenants embauchés, nous avons repris le processus de recherche avec un groupe reconstitué; un seul de ces neuf participants s'est désisté avant la fin, ayant lui aussi trouvé un autre emploi.

En tout, treize personnes, réparties en deux groupes, ont participé à cette expérience de recherche du début à la fin : neuf intervenantes et quatre intervenants. Dix-sept rencontres de recherche ont eu lieu dont neuf avec le premier groupe et huit avec le second.

Comme les dynamiques et les préoccupations de ces deux groupes étaient semblables sous plusieurs aspects, nous avons choisi de concentrer l'analyse qui sert cet article sur ce qui réunit ces deux groupes plutôt que sur ce qui les distingue.

Analyse critique et transformation des pratiques

À l'origine, tel que nous l'avons souligné plus haut, ce projet de recherche collaborative cultivait l'ambition d'inscrire les participantes et les participants dans un processus d'analyse critique et de transformation de leurs pratiques. Sur le plan de l'analyse critique (Brookfield, 2000; Schugurensky, 2002), il s'agissait de leur permettre d'examiner les fondements de leurs actions ainsi que l'influence combinée de leurs conceptions des choses et des enjeux organisationnels sur leurs interventions. Cette analyse critique devait ensuite servir les démarches de transformation d'aspects de leur pratique professionnelle jugés inefficaces ou insatisfaisants à leurs propres yeux.

Selon la théorie de l'apprentissage transformateur (Mezirow & Associates, 2000; O'Sullivan, Morrell & O'Connor, 2002), la transformation est une expérience exigeante qui se traduit par un changement en profondeur des manières de pensée et d'agir habituelles des participants à la recherche, mais possiblement aussi des rapports qu'ils entretiennent avec les autres personnes et les aspects du contexte professionnel et social dans lesquels ils évoluent.

Comme on peut le constater, nous avons une idée assez précise du type d'expérience à laquelle nous voulions convier les participants. Cette information est importante, car elle traduit, en bonne partie, la posture de départ que nous adoptons et elle aide à comprendre cet écart observé entre le projet idéalisé et celui qui s'est, de fait, actualisé.

Recherche collaborative

Devant le foisonnement des différentes approches de recherche-action, il n'est pas toujours simple d'effectuer des distinctions franches entre elles et, par conséquent, de bien situer nos propres travaux. Toutefois, les tentatives de catégorisation présentées dans des ouvrages fondamentaux comme celui de Reason et Bradbury (2001) offrent des repères éclairants. Notre projet de recherche visant *l'analyse critique et la transformation des pratiques professionnelles* s'apparente à ce que Bray et al. (2000) appellent la « recherche collaborative ». Selon ces auteurs, la recherche collaborative s'appuie sur une méthodologie qui, comme son nom l'indique, mise sur la collaboration entre chercheurs et sujets agissant comme co-chercheurs tout au long du processus. Ce processus s'articule entre des temps de réflexion en groupe et des temps d'action où les participants partent de préoccupations issues de leur pratique professionnelle quotidienne, formulent des questions de recherche et tentent de résoudre des problèmes importants pour eux. En complément à cette définition générale, ajoutons qu'il s'agit d'un type de recherche (a) qui se fait « avec » et non « sur » les participants, (b) qui mise sur

l'intersubjectivité et l'entraide entre les membres du groupe incluant les chercheurs, (c) qui exploite la dialectique réflexion/action pour enrichir la démarche d'analyse critique et de transformation des pratiques et (d) qui vise tout autant la production de connaissances pratiques que théoriques ou méthodologiques.

Comme c'est le cas pour la plupart des recherches dites coopératives (Heron & Reason, 2001) ou collaboratives (Bray et al., 2000; Desgagné, 2001), nous avons, pour chacun des groupes, emprunté une démarche s'inspirant des phases suivantes : (a) la formation et l'orientation du groupe (ex. présenter le projet, y apporter des modifications pour qu'il convienne à tous, établir des règles de fonctionnement); (b) l'application du cycle réflexion/action (profiter des rencontres de groupe pour identifier les questions et les solutions aux problèmes vécus, permettre aux participants d'expérimenter ces solutions entre les rencontres puis revenir ensuite en groupe pour réfléchir sur cette action, et cela, jusqu'à saturation); (c) l'analyse des données (prendre du recul comme chercheurs, étudier les données, puis soumettre ces analyses aux participants pour qu'ils puissent les valider).

Cette façon de faire rejoignait aussi notre intention formelle d'assurer la rigueur et la validité du processus et des résultats de recherche obtenus. Évidemment, comme le remarquent Herr et Anderson (2005) à l'instar de bien d'autres auteurs, les recherches-action actuelles de par leur spécificité ne peuvent, sur les plans épistémologique et pratique, épouser les critères de « bonne recherche » utilisés par les recherches d'inspiration positiviste (Carr & Kemmis, 1986; Roelens, 2003). Même s'il n'existe pas de critères tout aussi « absolus » pour servir la recherche-action, les traités de méthodologie sur la question en proposent quelques-uns. Ces critères connaissent certaines variations d'un chercheur ou d'une recherche à l'autre, mais on peut tout de même reconnaître en elles des constantes qui obtiennent l'assentiment majoritaire des praticiens de la recherche-action à travers le monde.

Voici, à la lumière des cinq critères explicités par Herr et Anderson (2005), comment nous avons tenté d'assurer la validité de notre propre recherche.

Validité des résultats (Outcome Validity) :

Les démarches réflexives et les actions concrètes de chacun des groupes ont été orientées de manière à ce que nous puissions, ensemble, trouver des solutions viables aux problèmes rencontrés par les participants dans leur pratique. À ce test de validation plus pragmatique se sont ajoutées des analyses de résultats formulées par les chercheurs qui ont constamment été revues et amendées par les participants. Cette stratégie de recherche, connue aussi sous le nom de

triangulation, consiste à superposer et à combiner plusieurs perspectives (celles des participants et celles des chercheurs, dans le présent cas) de manière à compenser les limites de chacune d'elles (Savoie-Zajc, 2000).

Validité du processus (Process Validity) :

Des efforts constants ont été fournis, tout au long du processus, pour s'assurer que les problèmes à l'étude et la manière de les traiter puissent produire chez chacun d'entre nous un apprentissage continu et significatif. Dans les deux groupes, nous avons dû revoir à quelques reprises la pertinence des questions de recherche, nos compréhensions initiales des problèmes perçus ainsi que la manière de les solutionner.

Validité démocratique (Democratic Validity) :

Tel que souligné précédemment, la recherche-action et notamment la recherche collaborative ont pour préoccupation de servir des personnes qui souhaitent obtenir des réponses aux problèmes qu'ils rencontrent. Pour ce faire, elle préconise la liberté d'expression, l'importance de la délibération et du débat en groupe, la répartition du pouvoir dans la compréhension et la gestion des problèmes et la non-exclusion des acteurs concernés par les problèmes à l'étude. Tous les participants potentiels ont été invités à participer à la recherche. Ils avaient le loisir d'accepter ou de refuser cette invitation. Ceux qui ont décidé de s'engager dans le projet pouvaient se retirer à n'importe quel moment s'ils le jugeaient préférable. Des efforts importants ont été mis pour équilibrer la participation et les pouvoirs.

Validité catalytique (Catalytic Validity) :

Ce type de validité renvoie au degré avec lequel le processus de recherche, qui vise la compréhension et la transformation de réalités données, en arrive à réorienter, cibler et stimuler les participants (voir Lather, 1986 dans Herr & Anderson, 2005). Il renvoie aussi au potentiel de remise en question des visions de la réalité des sujets et des chercheurs, de leurs rôles et de leurs actions tout au long de ce processus. En d'autres mots, les participants et les chercheurs sont-ils stimulés par la recherche? Sont-ils prêts à s'investir pleinement, à tolérer et à exploiter les ambiguïtés qu'ils rencontrent, à affronter leur peur et à lutter pour réduire ou abolir des contraintes rattachées à leurs conditions de travail? Veulent-ils profiter de ces moments et en faire des opportunités de résolution de problème en exploitant le processus spiralé réflexion/action? Nous verrons, plus loin, que la recherche réalisée ne répond qu'en partie à ce critère.

Validité dialogique (Dialogic Validity) :

Selon Herr et Anderson (2005), ce critère renvoie à une autre mesure possible de validation d'une recherche-action en mettant à profit le dialogue avec les pairs. Des pairs qui, évidemment, peuvent porter un regard critique sur ce type de recherche et cela selon ce qui en fait la spécificité paradigmatique et non selon des critères qui sont importés d'autres formes de recherches comme les recherches quantitatives et expérimentales, par exemple. Les délibérations entre les membres de l'équipe de recherche, la discussion de certains résultats avec les responsables de l'organisme de recherche et d'innovation et la direction de l'entreprise d'insertion, à différentes étapes stratégiques de la recherche, ainsi que la publication du présent article contribuent à renforcer cette validité dialogique.

De l'idéal au possible...

Le titre de cet article peut laisser croire que cette expérience de recherche s'est avérée décevante et peu concluante; ce n'est pas le cas. Par ailleurs, on peut constater qu'elle n'a pas pleinement correspondu aux visées *d'analyse critique et de transformation des pratiques* définies plus avant. Jetons un regard sur ce qui a été possible de réaliser dans ce contexte précis de recherche.

D'abord, nous avons pu éprouver les trois phases du processus de notre recherche collaborative (formation et orientation du groupe; cycle réflexion/action; analyse des données) avec les deux groupes, et cela, malgré certains inconvénients rattachés au roulement de personnel. Ensuite, en groupe, nous nous sommes attachés, à l'élaboration de questions de recherche qui soient les plus significatives possible pour eux. Pour ce faire, les sujets ont été invités à prendre du recul et à réfléchir aux aspects satisfaisants de leur pratique, mais aussi aux insatisfactions ou difficultés récurrentes venant compromettre, à leurs propres yeux, la qualité de leurs interventions et même de leur vie professionnelle. Voici quelques exemples de questions de recherche qui ont émané de ces préoccupations :

- Qu'est-ce qui fait la particularité de notre mission et de nos objectifs d'intervention?
- Qu'est-ce qui fait la particularité des rôles et fonctions de chacun?
- Comment les personnes qui travaillent en interaction directe ou indirecte peuvent-elles se transmettre efficacement l'information organisationnelle, technique et concrète nécessaire à un fonctionnement mieux intégré?
- Comment en arriver à échanger de manière constructive sur les valeurs, les principes et les méthodes d'intervention des unes et des autres de

manière à se « *coacher* » mutuellement et à développer de la cohérence et de la complicité dans l'intervention?

- Comment peut-on appliquer ensemble de manière plus cohérente le code de vie et particulièrement la procédure d'avertissement et de sanction relative aux comportements des travailleurs dans nos organismes?

Ces questions recouvrent avec plus ou moins d'emphase les principales préoccupations des participants (préoccupations diversifiées et plus ou moins entrelacées) soit : une plus grande cohérence des interventions (ex. l'application plus systématique des mesures prévues au code de vie); une gestion plus optimale des interactions entre eux (ex. la clarification des rôles et des fonctions de chacun); l'explicitation de repères identitaires spécifiques (ex. cerner la particularité de leurs services en lien avec la mission et les valeurs de l'entreprise auxquelles ils adhèrent).

Si la réflexion en groupe a permis de faire naître ces questions – qui ont parfois découlé d'autres questions jugées moins pertinentes après réflexion –, elle a aussi été le lieu où se sont élaborés des réponses possibles et des chantiers de travail hors rencontres, de manière à mettre pleinement à contribution la dialectique réflexion/action (processus au service de l'apprentissage et du changement).

Enfin, en phase 3, nous avons procédé à l'analyse des données; données sur le processus de la recherche collaborative comme telle et sur les impacts de cette recherche. À titre d'illustration, voici quelques exemples d'impacts concrets de cette recherche reconnus et appréciés par les participants : la réaffirmation de missions et de principes qui caractérisent leurs services; la stimulation d'initiatives déjà en place ou encore l'élaboration de nouvelles stratégies pour améliorer l'intervention auprès des jeunes adultes et auprès d'autres intervenants avec qui ils doivent transiger; l'apport de quelques correctifs au regard de l'organisation du travail en équipe sur le terrain (ex : qui fait quoi lorsqu'il s'agit d'appliquer des sanctions? qui s'occupent d'accueillir les employés en formation le matin? qui fera les interventions individuelles et les interventions de groupe?); un travail visant la consolidation de leur équipe de travail (reconnaissance de problèmes de communication et de confiance entre les membres...).

Malgré ces réalisations appréciables, nous constatons tout de même la présence d'un écart s'étant progressivement affirmé dans cette aventure de recherche, entre ses intentions initiales (l'idéal) soit *l'analyse critique et la transformation des pratiques*, et ce qui a eu lieu (le possible). Cet écart perçu et validé auprès des participants, est principalement saisi en référence aux

dimensions suivantes : 1/l'analyse critique; 2/la transformation; 3/l'engagement des participantes et participants.

Une amorce de réflexion critique...

Les participants ont effectivement discuté de leurs pratiques, mais les échanges n'ont pas correspondu pleinement à ce travail d'analyse critique menant à une réflexion approfondie sur les déterminants de l'action professionnelle dont parlent Brookfield (2000) ou Carr et Kemmis (1986). Par exemple, l'étude des prémisses qui gouvernent, plus ou moins implicitement, la pratique quotidienne des intervenantes et intervenants ainsi que l'étude des problèmes qui affectent la qualité et l'efficacité de leur travail n'ont pas été faites (Argyris, Putnam & Mclain-Smith, 1985). Les collectifs de recherche n'ont pas non plus procédé à une analyse du fonctionnement de l'entreprise d'insertion et de ses mécanismes de régulation même si certains de ces mécanismes pouvaient contribuer à la perpétuation de situations contraignantes ou incapacitantes et même s'ils pouvaient menacer la viabilité ou la pertinence des services ainsi que la motivation du personnel intervenant auprès des jeunes adultes.

D'abord, des efforts ont été investis pour résoudre des problèmes plus techniques (ex. assurer une plus grande cohérence de l'application du code de vie par les intervenants; établir des mécanismes efficaces de partage de renseignements importants, entre eux, dès le début de la journée; ajuster des stratégies pédagogiques pour favoriser les apprentissages personnels et professionnels souhaités chez ces jeunes adultes en formation dans l'entreprise d'insertion). Une autre part du travail de réflexion a consisté à nommer et décrire les principales composantes de la mission de l'entreprise d'insertion (ex. éduquer au travail, éduquer à la vie en groupe et en société, éduquer à l'autonomie) ainsi que les principes directeurs qui instruisent ou qui devraient instruire la pratique des intervenants (ex. situer les jeunes adultes au centre de l'intervention, miser sur leurs compétences, être un accompagnateur...). Enfin, les sujets ont tenté de comprendre et de résoudre des problèmes liés au travail en équipe et à l'organisation du travail (ex. tensions interpersonnelles, problèmes de communication, clarification des rôles).

En ce qui a trait à la résolution de problèmes techniques, les participants n'ont pas considéré important de remettre en question les assises (croyances, valeurs, principes) des pratiques ciblées, mais plutôt d'y apporter des ajustements relativement mineurs afin de les rendre plus optimales. Le fait de nommer et de décrire la mission et les principes directeurs de l'entreprise se rapprochait davantage du travail d'analyse critique, mais ce travail s'est avéré peu déstabilisant et peu incitatif sur le plan de la révision des pratiques. En fait, il a davantage pris la forme d'un exercice théorique, d'un travail d'explicitation

d'un portrait – en partie « réel » (les éléments de la mission et les principes qui sont appliqués actuellement), et en partie idéalisé (ce vers quoi devraient tendre les pratiques) – permettant de distinguer les services de cette entreprise spécifique et par extension des entreprises d'insertion par l'économie en général.

Par ailleurs, les discussions autour des problèmes organisationnels et de ceux rattachés au travail en équipe ont amené les sujets dans une forme d'investigation se rapprochant plus directement de l'analyse critique des pratiques puisqu'une réflexion plus dérangeante a été entreprise et a permis de cerner des facteurs déterminants à l'origine de tensions entre les différents intervenants et avec la direction de l'entreprise, etc. Mais là encore, il s'est avéré difficile d'obtenir le plein engagement de tous les participants. À ce stade-ci, il ne s'agissait plus de discuter de principes généraux mais bien de dénoncer des situations ou des pratiques en cours, de révéler des inconforts ou des désaccords, de comprendre les mécanismes de perpétuation des problèmes ciblés et éventuellement de passer à l'action pour transformer ces situations. Même si un bout de chemin non négligeable a pu être réalisé en ce sens, les craintes à s'engager trop à fond, et les risques réels ou perçus par les sujets (ex. créer ou envenimer des conflits; subir l'ostracisme; perdre son emploi; devoir modifier des habitudes de travail) se sont combinés aux contraintes de la recherche (limites de temps, définition du mandat confié aux chercheurs) et ont fait que cette démarche n'a pas été aussi poussée qu'on aurait pu le souhaiter.

Des ajustements sans transformation...

Il serait prétentieux de dire que cette recherche a donné lieu à des transformations radicales au sens où l'entendent Mezirow et Associates (2000) ou O'Sullivan et al. (2002), c'est-à-dire à des transformations en profondeur des manières habituelles de penser et d'agir ou à une reconfiguration importante de la façon de concevoir les pratiques de l'entreprise d'insertion. Certes, des ajustements relativement mineurs ont été apportés aux pratiques habituelles (ex. ajuster une ou deux stratégies pédagogiques pour enseigner le fonctionnement de petits moteurs ou les principes de plomberie ou d'électricité aux jeunes adultes; convenir d'une procédure systématique pour déterminer et appliquer des sanctions auprès de jeunes qui contreviennent au code de vie; améliorer les pratiques d'accueil de ces derniers lorsqu'ils arrivent au travail, le matin). Pourtant, selon les travaux de Watzlawick, Weakland et Fisch (1975), on devrait qualifier ces ajustements de changements de type 1, c'est-à-dire de changements qui se produisent à l'intérieur des paramètres habituels, sans remettre en question des principes fondamentaux qui guident la pratique des intervenants ou des aspects de la structure de l'organisation dans son ensemble

(Argyris & Schön, 1992). Seules les analyses plus approfondies et plus déstabilisantes relatives aux défaillances du fonctionnement de l'entreprise d'insertion ou du travail en équipe, de même que les quelques tentatives pour changer la situation ont pu contribuer à jeter les bases d'une démarche de transformation des pratiques de type 2.

L'engagement relatif des participantes et des participants...

Enfin, la motivation des sujets s'est avérée fluctuante, variable d'une personne à une autre et plus ou moins soutenue tout au long de ce processus de recherche. Bien qu'ils aient été ouverts à explorer la démarche que nous leur proposons et bien qu'ils s'y soient prêtés de bonne grâce, force est de constater que la mission d'analyse critique et de transformation s'avérait ambitieuse et plus ou moins adaptée. Comme il en sera question plus loin, les finalités diversifiées de chacun des participants et les contraintes avec lesquelles compose cette entreprise d'insertion offrent des pistes pour comprendre la nature et l'intensité relative de l'engagement des participants dans cette recherche.

Voici quelques éléments d'interprétation pouvant contribuer à la compréhension de l'ensemble de ces phénomènes.

Éléments d'interprétation

Quelques éléments d'interprétation ont été examinés pour comprendre les enjeux et les défis d'une telle recherche, qui rappelons-le, visait *l'analyse critique et la transformation des pratiques d'intervention*. En l'initiant, tous les espoirs étaient permis, compte tenu des conditions favorables qui étaient réunies. Selon nous, les entreprises d'insertion par l'économie constituaient un terrain propice pour nourrir une telle ambition puisqu'elles sont, elles-mêmes, la résultante d'une analyse critique des règles d'un marché du travail axé d'abord et avant tout sur la concurrence et l'accroissement des profits. Elles proposent des solutions de rechange aux entreprises néolibérales qui instaurent trop souvent la compétition et la précarisation des emplois comme modes d'organisation du travail et qui, de là, sont inaptes à insérer et à former de jeunes adultes fortement défavorisés sur le plan de l'emploi et en situation d'exclusion.

Dans le même sens, les entreprises d'insertion sont des entreprises qui prônent des valeurs démocratiques partagées par la recherche collaborative. Elles privilégient des valeurs d'inclusion, de participation citoyenne, d'entraide, de solidarité, de distribution plus équitable de la richesse, de développement durable, etc. Les intervenantes et intervenants rencontrés partagent généralement ces valeurs.

Puis, le fait de réunir des personnes qui travaillent ensemble au quotidien, qui constituent environ la moitié des effectifs de l'entreprise de taille humaine et qui y occupent différentes fonctions complémentaires, optimisait normalement leur capacité de se concerter pour exercer de véritables changements dans la culture et les pratiques organisationnelles.

Enfin, soulignons à nouveau que la recherche a été initiée par la rencontre de trois catégories d'acteurs – (a) la direction de l'organisme de recherche et d'innovation; (b) la direction et les intervenantes et intervenants de l'entreprise d'insertion; (c) notre équipe de recherche – qui étaient ouverts au projet et qui ont mis tout naturellement leurs intérêts et leurs objectifs en commun en vue de le réaliser.

Nous étions donc dans un milieu favorable! Pourtant, la démarche comporte ses écueils et impose son rythme. Nous présentons en quatre points les éléments que nous jugeons essentiels à considérer pour la poursuite de tels travaux.

Un mandat unique, des demandes divergentes parfois non avouées

Au moment de la présentation de la recherche aux intervenantes et intervenants conviés à faire partie du groupe de recherche, nous (les chercheurs de l'équipe universitaire) avions un appui clair de la direction de l'organisme de recherche et d'innovation et de celle de l'entreprise d'insertion. Le projet se situait dans le prolongement direct de leur propre mission. Cela ne suffisait toutefois pas. Nous devions discuter avec les participants éventuels à la recherche, de leur intérêt pour le projet, les inviter au dialogue en leur exposant avec clarté les exigences de la recherche collaborative et la grande place qui leur était réservée dans un tel processus. On leur disait, entre autres, qu'ils devaient être volontaires, prêts à partager leurs joies, leurs difficultés, leurs doutes et leurs convictions, prêts à faire l'expérience d'actions nouvelles pour résoudre les problèmes qu'ils rencontraient au quotidien ou pour enrichir leurs pratiques, disposés à y consentir du temps et de l'énergie, etc.

Lorsque cette discussion initiale a eu lieu, l'ensemble des participants nous ont réservé un accueil poli. Certains se montrant plus intéressés que d'autres, mais tous étaient curieux de voir en quoi cette expérience pourrait leur être utile. Ils ont accepté assez facilement de s'engager dans le processus de recherche. Cet intérêt a d'ailleurs été réaffirmé lors des premières rencontres de recherche. Tous semblaient de bonne foi et bien disposés.

Nous avons donc un mandat ou une commande relativement bien définie. Pourtant comme le précise Herreros (2002), « la commande n'est pas la demande ». Si la première est explicite, voire négociable, la demande est multiforme, implicite, non directement avouée. Elle renvoie aux

préoccupations, soucis, inquiétudes, souffrances et intérêts du commanditaire, mais aussi à ceux des personnes sollicitées à participer à un processus de recherche.

Avec le recul, nous pouvons dire que cet engagement de départ répondait à des demandes, c'est à dire à des intérêts et à des préoccupations convergentes des directions et de quelques personnes participantes qui se sentaient sans doute plus concernées que d'autres pour initier des changements dans les pratiques d'accompagnement de jeunes, notamment à cause des fonctions qui leur étaient officiellement confiées dans l'entreprise. Par contre, les demandes de plusieurs autres participants semblaient parfois peu préoccupantes, restaient implicites, diffuses ou encore stratégiquement dissimulées.

Nous avons aussi constaté qu'entre le consentement à participer à une recherche-action et le passage réel à l'action, il y a une marge. Si des ententes se faisaient relativement bien sur la définition des problèmes dans l'organisation, divers obstacles se présentaient fréquemment au moment de transformer les pratiques ou au moment de régler des problèmes interpersonnels ou de fonctionnement d'équipe. La détermination s'émoissait au fil du temps, les projets initiaux n'avaient pas toujours les suites attendues et ce qui paraissait relativement important au cours des rencontres de recherche devenait secondaire, quelques jours plus tard.

Cela nous amène à un premier constat : la question de la demande peut être omniprésente, non seulement au début du processus de la recherche, mais tout au long de la démarche. En ce domaine, rien n'est jamais acquis. À chaque rencontre, les chercheurs devaient s'interroger et interroger les personnes participantes sur la présence, la nature et l'intensité de leurs demandes et de leurs préoccupations. Dans certains cas, ce n'est qu'avec le temps et à la suite de silences à décoder, qu'une relative confiance a pu s'installer et que les véritables soucis pouvaient s'exprimer. Ces questions récurrentes, il faut le dire, provoquèrent fréquemment le doute chez les chercheurs et les co-chercheurs. Les traités méthodologiques de recherche-action décrivent ce phénomène comme étant inhérent au cycle de la recherche collaborative. Il faut ici spécifier qu'au cœur du processus, ce cycle est éprouvé comme une suite de petites avancées, mais aussi de dérives, de faux départs et de reculs!

Les impératifs de la vie quotidienne et les préoccupations différenciées des intervenants

Certains participants à la recherche étaient affectés à des tâches de travail manuel et de soutien technique (entretien de bâtiments, agriculture, soin des animaux, restauration), d'autres, généralement plus scolarisés, avaient des

responsabilités de gestion ou des mandats liés plus directement à la formation, à l'accompagnement psychosocial et à l'insertion socioprofessionnelle.

Malgré que la mission d'une entreprise d'insertion exige qu'une importance égale soit accordée aux objectifs de production et aux objectifs de formation et d'insertion des jeunes adultes, il est apparu évident que les participants affectés à des tâches de soutien technique (majoritairement des hommes) étaient d'abord soucieux d'atteindre les objectifs de production qui leur étaient fixés à la fin de la semaine : sarcler les champs, produire le nombre voulu de paniers de légumes ou de litres de sirop d'érable, accueillir correctement les clients au restaurant, etc. Ils souhaitaient avoir une bonne entente avec les jeunes adultes en formation. Ils étaient tout à fait ouverts à modifier leurs pratiques pour améliorer l'accompagnement socioprofessionnel des jeunes, mais cela dans la mesure où on ne compliquait pas leur tâche initiale de production qui s'avérait déjà exigeante et soumise à d'autres contingences : le service aux visiteurs, la température pour semer ou récolter, les bris de matériel agricole ou les travaux de déneigement qui n'attendent pas.

Même si la majorité des participants affectés à des tâches de soutien technique ont admis que tous les problèmes n'étaient pas une affaire d'argent, ils s'entendaient pour dire que les difficultés rencontrées relevaient en grande partie d'un manque de ressources financières qui se traduisait par un manque de personnel, de locaux, de matériel... et par une surexploitation de leur énergie au travail. Par ailleurs, ils croyaient difficilement pouvoir exercer leur emprise sur les lois du marché qui conditionnent les gains issus de la production de l'entreprise ou sur les critères du financement public décidés dans de grandes structures dépersonnalisées et bureaucratiques qui sont plus sensibles au langage des chiffres qu'à tout autre langage.

Les personnes affectées à des fonctions de gestion, de formation et d'insertion socioprofessionnelle étaient, quant à elles, davantage préoccupées par l'accompagnement et la formation des jeunes. Trois raisons font qu'elles étaient spontanément portées à réfléchir à la pertinence et à l'efficacité de ces services et très intéressées à expérimenter et à renouveler les pratiques auprès de ces jeunes adultes : (a) c'est pour cela qu'on les a embauchées; (b) c'est l'essentiel de leur travail; (c) elles ont un certain pouvoir sur l'organisation des pratiques. Elles étaient donc plus directement interpellées par le processus de recherche.

Si chacun respectait l'importance et la complémentarité du travail de l'ensemble de ses collègues, les impératifs de la vie quotidienne des uns et des autres font qu'ils ne partageaient pas les mêmes préoccupations et que leurs désirs de changement ne portaient pas sur les mêmes objets. Or, la réalité de la

vie quotidienne – souveraine et incontournable – en est une qui s'impose (Berger & Luckman, 1989). C'est de cette réalité de la vie quotidienne que la réflexion et l'action transformatrices peuvent émerger. C'est dans cette réalité qu'elles peuvent s'ancrer. Afin de résister aux aléas et aux contraintes qui mettent en péril les projets collectifs, les pratiques émergentes doivent s'inscrire solidement dans cette réalité de la vie quotidienne.

La question qui se pose est donc de savoir comment les sujets que nous avons regroupés pouvaient se rallier, dans un premier temps, autour d'une même demande, des mêmes préoccupations et des mêmes projets concrets de transformation. Malgré qu'ils aient conscience d'être liés par un sort commun – la réussite des entreprises d'insertion en fonction des valeurs qui y sont promues et l'atteinte des objectifs qui leur sont fixés par les bailleurs de fonds – il est apparu que ce travail concret autour d'un même objet de recherche ne pouvait être trop ambitieux au départ. Il a fallu concentrer les prises de décision et les actions durant le processus autour de ce que Foudriat et Immel (2003) qualifient de micro-accords : l'intention était de créer des interdépendances nouvelles, source d'expériences relationnelles et de coopération tout aussi nouvelles.

Une question cruciale s'impose à propos de cette stratégie de travail. Nous avons postulé que les micros-accords peuvent donner des résultats insoupçonnés en développant, dans les collectifs et dans l'action, de meilleures habitudes de communication et de coordination du travail. Foudriat et Immel (2003) disent encore que la co-construction du changement organisationnel suppose un ensemble de séquences d'apprentissages coopératifs et de production d'accords qui se matérialisent dans l'action. Si cela s'est avéré positif, nous avons vu la difficulté d'aller au-delà de ces micro-accords et de ces micro-changements. Nous avons aussi constaté que l'addition de ces micros-changements ne mène pas automatiquement à une transformation radicale des manières de penser et d'agir habituelles, ni à une transformation qui s'inscrirait dans la perspective d'émancipation professionnelle et sociale que nous visions.

On l'a dit, la transformation radicale des manières de penser et d'agir est une expérience exigeante, parfois pénible. Pour l'initier, nous devons composer avec les désirs de telles transformations, mais aussi, au même moment, avec la tendance de chacun à préserver ses habitudes. En s'attachant aux micros-changements, ne risque-t-on pas parfois de stagner et de tomber, comme le disaient Watzlawick, Weakland et Fisch (1975) dans la logique infertile du « toujours plus de la même chose »? Comment savoir si la concentration du groupe sur des micros-changements constitue une étape

essentielle vers une culture d'innovation ou de coopération ou si elle camoufle une résistance face aux risques stratégiques ou identitaires inhérents à une telle démarche?

L'agir minoritaire

Les sujets participants avaient donc des fonctions différentes, mais aussi des positions et des pouvoirs différents dans l'organisation. Certains, généralement plus scolarisés, étaient plus systématiquement consultés par la direction de l'entreprise et conviés à orienter les décisions. D'autres, généralement affectés à des fonctions de soutien technique, se percevaient davantage comme des membres du personnel qui devaient répondre aux attentes qui leur étaient signifiées par la direction. Ces positions différentes dans l'organisation interfèrent naturellement sur le type d'engagement des uns et des autres dans leur travail, mais aussi dans le processus de recherche.

Lors des rencontres, nous avons reconnu trois catégories d'acteurs correspondant à trois positions de participation : la position engagée, la position minoritaire et la position oscillante qui est celle des personnes qui se situent entre les deux autres catégories.

Les personnes en position engagée prenaient spontanément la parole, s'investissaient dans les exercices réflexifs que nous leur propositions entre les rencontres, avaient manifestement plus tendance à prendre le rôle de co-chercheurs qu'ils étaient invités à endosser et à initier des changements organisationnels.

Les participants en position minoritaire se percevaient plus difficilement comme agents de changement, ils voyaient mal le pouvoir dont ils pouvaient disposer dans l'organisation et n'étaient pas si convaincus de l'importance de leur contribution. Pour certains, le seul fait d'être conviés à un groupe de recherche était une expérience sans précédent. Ils y assistaient en cherchant un peu à comprendre le rôle qu'on attendait d'eux, en s'interrogeant sur ce qu'ils pouvaient retirer de l'expérience et en cherchant la position qu'il convenait d'adopter sans prendre trop de risques professionnels.

En nous inspirant du travail de Chatel et Soulet (2003) qui ont décrit l'agir faible qui se développe en situation de vulnérabilité, nous avons vu certains sujets choisir, délibérément ou non, une forme d'agir qu'on peut qualifier d'agir minoritaire. En position de relative impuissance, certains tentaient de répondre aux questions qui leur étaient posées, d'autres censuraient ce qu'ils pouvaient dire lorsqu'ils croyaient que l'expression sincère de leur pensée pouvait éventuellement se retourner contre eux et quelques-uns gardaient tout simplement le silence. On comprend d'autant plus leur position, lorsqu'on devine les tensions dans les relations, la difficulté d'être soutenus

pour réaliser leur travail et certaines insatisfactions quant aux orientations et pratiques de l'organisation.

Une majorité des sujets en position minoritaire ont peu profité du recours aux écrits comme moyen de réflexion individuelle, comme moyen d'exercice de leur influence dans le groupe et comme moyen de travail collectif. Pour ceux qui ne privilégient pas ce mode d'expression, le choix des mots et leur agencement exigent du temps et une énergie considérables, un temps et une énergie qu'ils préféreraient sans doute investir ailleurs, surtout s'ils se sentaient moins concernés par le projet et qu'ils cultivaient peu d'espoir quant à ses résultats.

Une autre manifestation de l'agir minoritaire consistait à participer aux discussions, mais à ne montrer qu'un accord de surface à propos des décisions prises dans le groupe. Ceux qui agissaient ainsi pouvaient douter que ces décisions puissent améliorer leur situation ou celle des jeunes tout en ne considérant pas que c'était notamment leur rôle de critiquer ces solutions, de les améliorer ou d'en proposer de meilleures. Les impératifs de la production leur donnaient partiellement raison puisqu'ils avaient fréquemment de bons motifs pour ne pas s'investir de manière soutenue dans la mise en place des actions ou des solutions convenues.

Malgré nos efforts pour équilibrer la participation, la parole des sujets en position minoritaire a donc eu moins de poids que celle des autres dans les deux groupes. Plusieurs avaient la conviction qu'il était inutile de répéter qu'ils en avaient assez de travailler avec des moyens insuffisants, ce qui semblait pourtant constituer une préoccupation importante pour eux. Dans leur position et selon leur analyse de la situation, ils croyaient préférable de changer d'emploi plutôt que de perdre leurs énergies à vouloir transformer l'organisation. Ils savaient aussi qu'il était risqué de dire qu'ils cherchaient un autre emploi, alors qu'il était valorisé de dire qu'ils voulaient s'engager dans la mise en place de solutions innovantes pour accompagner plus efficacement les jeunes adultes en formation. En revenant à la théorie de la structuration sociale de Giddens (1987), ces réactions ont permis de constater que ces intervenants ont une connaissance remarquable des conditions et des conséquences de ce qu'ils font dans la vie de tous les jours.

Cela montre aussi que le désir d'investissement des intervenants dans la transformation de leurs pratiques, l'intensité de leur engagement et l'envergure des changements dans lesquels chacun était disposé à mettre son énergie étaient forcément variables. Si tous étaient d'accord pour transformer des aspects mineurs de leur pratique immédiate, il s'est avéré illusoire de croire que tous voudraient s'investir dans une transformation à l'échelle de leur milieu et à

fortiori dans une transformation à une échelle sociale plus large. Prétendre transformer certains aspects du contexte social, c'est assurément du « pelletage de nuages » aux yeux des intervenants qui se situaient en position minoritaire et fort probablement aussi pour une majorité d'intervenants, si engagés soient-ils dans leur travail!

La concertation dans une équipe parasitée par diverses tensions internes

Un des deux groupes rencontrés vivait des problèmes de communication et des tensions importantes qui interféraient insidieusement dans le processus de recherche, sapaient le plaisir du travail collectif et faisaient probablement avorter plusieurs solutions qui étaient tentées pour résoudre d'autres problèmes. Il a fallu plusieurs rencontres avant de pouvoir aborder cette question. N'étant pas formellement mandatés pour intervenir sur la résolution de conflits ou la consolidation de l'équipe, nous avons volontairement adopté une position réservée à ce propos. Aurait-il fallu aborder cette question plus rapidement, l'aborder de front et la traiter en conviant la direction à s'y engager? Si l'état actuel de notre réflexion ne permet pas de répondre directement à cette question, nous sommes conviés à réfléchir aux aménagements de la démarche de recherche collaborative qui sont exigés dans un tel contexte. L'expérience indique qu'il aurait sans doute été pertinent, dans un premier temps, de faire quelques rencontres individuelles et de former des groupes plus homogènes, puis de réunir des groupes plus hétérogènes dans un deuxième temps.

En guise de conclusion...

S'il est vrai qu'en recherche on ne peut présumer des résultats ni du processus, ce phénomène est encore plus marqué en recherche-action. Ainsi, les intentions initiales qui président à la création d'une démarche collaborative, sont l'objet d'ententes locales et ponctuelles nécessairement soumises aux lois de la mouvance et du changement, à des lois qui s'appliquent tout autant aux personnes et à leurs ambitions, forcément différentes et variables, qu'aux organisations dans lesquelles elles évoluent. Les situations rencontrées, plus ou moins inusitées, et leurs enjeux multiples, imposent une négociation constante des finalités et des processus de la recherche entre les acteurs concernés. Même si le projet s'appuie, au début du moins, sur des visées « idéales » pour mobiliser les participants concernés, elles ne peuvent être considérées comme des aboutissements certains ou des objectifs fixes à atteindre. Ainsi, en recherche-action, comme cette expérience le révèle, « l'idéal » tient plutôt lieu de repère premier et d'instrument de travail. Les sujets et chercheurs doivent savoir, dès le départ, qu'ils devront, tout au long du processus adopter une posture relativement souple au regard des objectifs initiaux et de ceux qui émergeront en cours de processus.

La démarche de recherche, l'analyse et ses conclusions, sont alors le produit d'une intersubjectivité située qui se traduit par : la négociation continue du sens accordé aux phénomènes vécus (des acteurs différents qui pensent différemment); des tentatives d'actions nouvelles dans un univers professionnel dominé par ses nombreuses contraintes et les routines en place (Argyris, 1985); le jeu des représentations plus ou moins conscientes des chercheurs eux-mêmes, leurs convictions, leurs incertitudes et la singularité de leur stratégie d'intervention auprès des participants (Allard-Poesi & Perret, 2004).

Accompagner les participants dans ce mouvement, être sensible à leurs besoins et aux événements nouveaux survenus tout au long de cette aventure de recherche qui a duré deux ans, n'a pas été sans créer chez nous déséquilibre et questionnement. Voici quelques-unes des interrogations qui alimentent nos réflexions actuelles et qui peuvent nourrir, espérons-le, le débat sur la nature, le potentiel et les limites de la recherche-action et de la recherche collaborative en particulier. Doit-on accepter de démarrer un projet tel, si les participants n'expriment pas une demande « commune », arrimée à des intérêts suffisamment forts? Les rencontres individuelles ou en sous-groupes plus restreints seraient-elles indiquées, préalablement à des rencontres réunissant tous les membres d'une équipe hétérogène, afin de permettre une expression plus libre et afin d'ajuster les objectifs en fonction des différents points de vue exprimés? Jusqu'où s'étend le travail d'accompagnement? Jusqu'à quel point peut-on accepter de surseoir aux travaux d'investigation – à partir des questions énoncés par le groupe – pour se concentrer, comme ce fut le cas, sur la résolution de tensions ou de conflits interpersonnels générés hors du contexte de recherche, mais qui interfèrent dans son processus, par ailleurs. Dans le même sens, quelle amplitude peut prendre le rôle d'accompagnement dans une recherche collaborative? Les fonctions de facilitateur, de formateur, de médiateur voire de consultant ont-elles toutes leur place dans ce contexte précis de développement des pratiques et des connaissances?

Note

¹ Cette recherche a été rendue possible grâce à une subvention du Conseil de recherches en sciences humaines du Canada.

Références

- Allard-Poesi, F., & Perret, V. (2004). *Les représentations du problème dans la recherche-action : Définitions et illustration au travers de l'élaboration d'un projet stratégique* (pp-1-28). 13^e Conférence internationale de l'Association internationale de management stratégique. Normandie, France. <http://www.strategie-aims.com/Normandie04/sessions/Allard-Perret.pdf>
- Argyris, C. (1985). *Strategy, change and defensive routines*. Boston : Pitman.
- Argyris, C., & Schön, D.E. (1992). *Theory in practice : Increasing professional effectiveness* (2^e éd.). San Francisco, CA : Jossey-Bass.
- Argyris, C., Putnam, R., & McLain-Smith, D. (1985). *Action science : Concepts, methods, and skills for research and intervention*. San Francisco, CA : Jossey-Bass Publishers.
- Berger, P., & Luckman, T. (1989). *La construction sociale de la réalité*. Paris : Méridiens Klincksieck.
- Bray, J.N., Lee, J., Smith, L.L., & Yorks, L. (2000). *Collaborative inquiry in practice : Action, reflection and making meaning*. Thousand Oaks, CA : Sage.
- Brookfield, S. (2000). Transformative learning as ideology critique. Dans J. Mezirow, & Associates. *Learning as transformation : Critical perspectives on a theory in progress* (pp. 125-148). San Francisco, CA : Jossey-Bass.
- Bourassa, B., Leclerc, C., & Filteau, O. (2005). Pratiques de professionnels de services liés à l'emploi : apports et limites d'un programme de recherche-action. *Les Actes du 13^e Congrès de psychologie du travail et des organisations*. Bologne, Italie : AIPTLF
- Carr, W., & Kemmis, S. (1986). *Becoming critical*. London : Falmer Press.
- Chatel V., & Soulet M.-H. (Éds). (2003). *Agir en situation de vulnérabilité*. Québec : PUL.
- Cook, W.M., & Wolfram-Cox, J. (2005). *Fundamentals of action research*. Thousand Oaks, CA : Sage.
- Desgagné, S. (2001). La recherche collaborative : nouvelle dynamique de recherche en éducation. Dans M. Anadon (Éd.), *Nouvelles dynamiques de recherche en éducation* (pp. 51-76). Québec : Presses de l'Université Laval.

- Foudriat, M., & Immel, B. (2003). Temporalités des processus de coopérations entre acteurs dans les changements organisationnels et dispositifs d'interventions sociologiques. Dans C. Blanchard-Laville, & D. Fablet (Éds), *Théoriser les pratiques professionnelles* (pp. 127-145). Paris : L'Harmattan.
- Fournier, G., Filteau, O., Béji, K., Bourassa, B., Leclerc, C., & Mazalon, É. (2002). *Diversité et complexité des situations de précarité des travailleurs et travailleuses atypiques : des chiffres qui parlent, des travailleurs et des travailleuses qui s'expriment*. Rapport de recherche, Centre de recherche interuniversitaire sur l'éducation et la vie au travail (CRIEVAT), Faculté des sciences de l'éducation, Université Laval.
- Giddens, A. (1987). *La constitution de la société*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Greenwood, D.J., & Levin, M. (2006). *Introduction to action research* (2^e éd.). Thousand Oaks, CA : Sage.
- Heron, J., & Reason, P. (2001). The practice of co-operative inquiry : Research 'with' rather than 'on' people. Dans P. Reason, & H. Bradbury (Éds), *Handbook of action research : Participative inquiry and practice* (pp. 179-188). Thousand Oaks, CA : Sage.
- Herr, K., & Anderson, G.L. (2005). *The action research dissertation : A guide for students and faculty*. Thousand Oaks, CA : Sage.
- Herreros, G. (2002). *Pour une sociologie de l'intervention*. Ramonville-Saint-Agne : Éres.
- Leclerc, C., & Bourassa, B. (2004). La parole et l'action collective comme passages obligés d'analyse critique et de transformation des pratiques professionnelles. *Éducation permanente*, 160, 111-126.
- Leclerc, C., Bourassa, B., & Filteau, O. (2004). L'explicitation des savoirs développés dans les services communautaires de main-d'œuvre. Dans A. Lancry, & C. Lemoine (Éds) *Compétences, carrières évolutions au travail* (pp. 243-256). Paris : L'Harmattan.
- McNiff, J., & Whitehead, J. (2006). *All you need to know about action research : An introduction*. Thousand Oaks, CA : Sage.
- Mezirow, J., & Associates (2000). *Learning as transformation : Critical perspectives on a theory in progress*. San Francisco, CA : Jossey-Bass.

- Noiseux, Y. (2004). *Un portrait des initiatives de formation par le travail et d'insertion socioprofessionnelle au Québec*. Collectif des entreprises d'insertion du Québec. Montréal : La chaire sur l'insertion socioéconomique des personnes sans emploi de l'UQAM.
- O'Sullivan, E., Morrell, A., & O'Connor, M.A. (2002). *Expanding the boundaries of transformative learning*. New-York, NY : Palgrave.
- Reason, P., & Bradbury, H. (2001). Inquiry and participation in search of world worthy of human aspiration. Dans P. Reason, & H. Bradbury (Éds), *Handbook of action reasearch* (pp. 1-14). Thousand Oaks, CA : Sage.
- Roelens, N. (2003). *Interactions humaines et rapport de force entre les subjectivités*. Paris : L'Harmattan.
- Savoie-Zajc, L. (2000). La recherche qualitative/interprétative en éducation. Dans T. Karsenti, & L. Savoie-Zajc (Éds), *Introduction à la recherche en éducation* (pp. 171-198). Sherbrooke : Édition du CRP.
- Schugurensky, D. (2002). Transformative learning and transformative politics : The pedagogical dimension of participatory democracy and social action. Dans E. O'Sullivan, A. Morrell & M.A. O'Connor (Éds.), *Expanding the boundaries of transformative learning* (pp.59-76). New-York, NY : Palgrave.
- Stringer, S.T. (2007). *Action Research*. Thousand Oak, CA : Sage.
- Watzlawick, P., Weakland, J.H., & Fisch, R. (1975). *Changements : paradoxes et psychothérapie*. Paris : Éditions du Seuil.

Bruno Bourassa est professeur en sciences de l'orientation à l'Université Laval. Il est spécialisé dans le domaine de l'apprentissage adulte. Ses recherches concernent l'analyse et la transformation des pratiques professionnelles ainsi que l'accompagnement des personnes et des collectifs dans des démarches de changement. Depuis plus de 10 ans, il a développé avec des collègues et des praticiens, des procédés de recherche collaborative visant l'explicitation des savoirs d'expérience et la transformation des pratiques développées dans les services d'intégration socioprofessionnelle.

Chantal Leclerc est professeure en sciences de l'orientation à l'Université Laval et spécialisée en psychosociologie des groupes. Elle s'intéresse particulièrement au travail en groupe comme moyen d'explicitation d'expériences partagées et comme incubateur de changement social. Ses recherches portent principalement sur l'analyse critique et la transformation des pratiques développées dans les services d'intégration

socioprofessionnelle et sur les problématiques de détresse et de harcèlement psychologiques au travail.

Geneviève Fournier est professeure en sciences de l'orientation à l'Université Laval. Elle est spécialisée dans le domaine de la psychosociologie du travail. Ses recherches portent sur l'analyse des trajectoires professionnelles des travailleurs et des travailleuses et à la compréhension des processus, à moyen et long termes, de précarisation professionnelle, personnelle et sociale. Au cours des dernières années, ses travaux ont aussi porté sur l'analyse des pratiques et des savoirs développés par les praticiens et praticiennes dans les services d'orientation et d'intégration professionnelles.

Hors thème

**L'utilisation des données médiatiques
en recherche qualitative :
contexte d'histoire immédiate,
informations pertinentes et arènes de négociation**

Louise Fines, Ph.D.

Université d'Ottawa

Résumé

Dans cet article, notre objectif est double : d'une part, montrer la pertinence d'utiliser, pour étudier les processus sociaux fondamentaux, des données empiriques disponibles et immédiatement accessibles (les données médiatiques); d'autre part, contribuer à un renouveau de la recherche qualitative au regard des grandes problématiques criminologiques actuelles. Pour justifier l'utilisation de l'arène médiatique en tant que matériel empirique fécond en recherche qualitative, trois dimensions spécifiques sont explorées : la dimension temporelle, la dimension *constitutive*, et enfin, la dimension méthodologique.

Mots clés

MÉTHODOLOGIE QUALITATIVE, RECHERCHE DOCUMENTAIRE, DONNÉES MÉDIATIQUES, HISTOIRE IMMÉDIATE

Introduction

Ouvrir le journal ou accéder aux nouvelles via Internet constituent des rituels contemporains qui ne soulèvent pas de questionnement profond de la part de ceux qui les ont intégrés au quotidien. Qu'en est-il du chercheur qui pose les mêmes gestes lorsqu'il étudie un *processus social fondamental*, au sens de la démarche mise en lumière par Glaser et Strauss (1967)? Quelle est la portée heuristique des données médiatiques en recherche qualitative? Est-il possible de scruter un phénomène en se servant de données médiatiques?

En ciblant la possibilité que les données médiatiques se présentent comme des réservoirs féconds d'informations aptes à permettre l'étude de processus sociaux contemporains, nous sommes conscientes de réactiver des débats qui ne font pas nécessairement consensus au sein des communautés de chercheurs. En effet, plus souvent qu'autrement, l'utilisation des données médiatiques est envisagée comme un moyen de mettre en évidence la manière dont on parle d'un phénomène. Dès lors, les recherches qui ont recours aux données médiatiques pour scruter les processus sociaux pourraient paraître suspectes à plus d'un observateur, une telle démarche pouvant soulever des questions d'ordres épistémologiques et méthodologiques nombreuses.

Par exemple, quelle valeur scientifique accorder à des études effectuées à partir de comptes-rendus médiatiques? Comment le chercheur contourne-t-il les limites inhérentes à l'utilisation de documents essentiellement médiatiques? À quelles contributions heuristiques ces études peuvent-elles prétendre? En fait, la recherche documentaire (Cellard, 1997; Noaks & Wincup, 2004), si elle semble avoir acquis ses lettres de noblesse en méthodologie qualitative, n'en reste pas moins susceptible de faire l'objet d'une sérieuse remise en question, lorsqu'elle repose en grande partie sur l'utilisation de données médiatiques. Nous notons que certains lecteurs, eu égard à la fécondité affirmée de recourir aux médias pour étudier des phénomènes sociaux (Fransozi, 1987), vont peut-être trouver le débat désuet. Toutefois, dans un contexte d'histoire immédiate (Soulet, 1999), et dans un environnement médiatique en pleine effervescence, revisiter cette stratégie méthodologique particulière a semblé un *jeu*¹ (Ost & van de Kerchove, 1992, 1993; van de Kerchove & Ost, 1992) approprié. Pour justifier l'utilisation de l'arène médiatique en tant que matériel empirique fécond en recherche qualitative, nous explorons trois dimensions spécifiques qui sont étroitement enchevêtrées les unes avec les autres : la dimension temporelle (historique); la dimension *constitutive*, celle qui a trait au contenu et aux limites associées aux données médiatiques; et enfin, la dimension méthodologique, où sont proposées des stratégies pour fouiller le processus à l'étude. Dans le dessein d'illustrer notre argumentation, nous présentons des exemples issus de notre recherche sur la négociation de plaidoyer dans l'affaire Enron², un scandale politico-financier ayant secoué les États-Unis en 2001.

Dimension temporelle de l'arène médiatique

En terme d'information, les médias oscillent entre désinformation et journalisme d'enquête. À l'intérieur de ce large spectre de possibilités, tous les scénarios sont possibles : manipulation de la presse par les instances politiques à des fins de *gestion de dégâts* (*damage control*); campagnes de peur orchestrées dans le dessein d'accroître la visibilité policière; mobilisation des

médias à des fins de recrutement et de propagande; moyens ultimes pour mettre à jour les conduites déviantes des élites. (Altheide, 2002; Cooke & Lawrence, 2005; Dartnell, 2006; Frontline, 2006; Thompson, 2000; Varisco, 2002). Affligés de tous les maux, ou adulés pour leur rôle de surveillance et de pilier du régime démocratique, les médias polarisent les prises de position. Eu égard à de telles prémisses, il importe de préciser les lignes directrices qui soutiennent notre argumentation. D'une part, nous posons que les données médiatiques constituent un matériel empirique valable et pertinent pour fouiller un phénomène social. D'autre part, pour réaliser nos recherches, nous tablons sur le fait que l'arène médiatique est elle-même une arène de négociation. En termes de trajectoire spatio-temporelle, les médias relèvent d'un ancrage historique, mais aussi d'un contexte d'histoire immédiate. En fait, au quotidien, les médias évoluent à l'intérieur de temporalités différenciées qui se côtoient, mais parfois aussi, s'ignorent. Mais parce qu'elle offre un lieu de passage aux différentes temporalités qui la sillonnent – le temps judiciaire, le temps politique, le temps écologique, le temps social, le temps économique –, l'arène médiatique constitue précisément un moyen de comprendre les processus sociaux les plus divers. D'évidence, à travers le temps passé et présent, ce sont de multiples voix médiatiques qui se font entendre. Aussi, plutôt que de penser à un monolithe lorsque l'on parle des médias, il faudrait plutôt se référer à une constellation de textes qui par leur ancrage à leurs époques respectives forment autant d'inscriptions temporelles susceptibles d'être mobilisées lorsque besoin s'en fait sentir. En assumant des fonctions diverses, celles d'archives, de chronologie du quotidien, de mémoire collective, de déversoir aux passions humaines, ou encore de Cour de justice ponctuelle (Altheide, 2002; Commaille, 1994; Dartnell, 2006; Garapon, 1994), les médias semblent en mesure de s'adapter aux mutations sociales dont ils sont les témoins et les acteurs. En étant multiples, en étant composés de facettes multidimensionnelles, une sorte de kaléidoscope, à certains égards, les médias répondent aux exigences contemporaines des acteurs sociaux qui les sollicitent et les consomment. Au chercheur de s'adapter aussi à cet environnement éphémère où se dessinent en filigrane les fractures et les ruptures sociales de demain.

Un contexte d'histoire immédiate

Les données médiatiques apparaissent comme un moyen de s'ancrer dans « l'histoire immédiate ». Dans un contexte « d'histoire immédiate », Soulet (1999, p. 48) fait état de l'accélération de la divulgation des informations tenues secrètes, ce qui, selon lui, permettrait « de compenser, en partie, l'inaccessibilité de certaines sources ». Autrement, dit, tout en n'étant pas en mesure d'obtenir toutes les informations qui se sont échangées entre les parties impliquées dans les négociations, il appert que des indices secrets n'en sont pas

moins révélés au public, notamment lorsque surviennent des situations extraordinaires, par exemple, des changements de conditions – mises à pied ou démissions volontaires – touchant des personnes qui avaient une connaissance intime du processus en voie de se réaliser (Franzosi, 2004a). Selon Soulet, l'accélération du processus de divulgation d'informations a priori secrètes résulterait de la multiplication des médias qui, en la matière, se disputeraient une place convoitée : révéler avant les concurrents des détails concernant les activités des élites. Pour leur part, les élites se verraient contraintes de multiplier les explications pour justifier leurs actions, offrant aux médias une occasion supplémentaire d'obtenir de nouveaux renseignements sur l'affaire qui les préoccupe. Dans cet ordre d'idées, nous notons, à la suite d'Innes (2003), que les données médiatiques sont capables de faire passer en un laps de temps record un acte « privé », comme le meurtre, à une information largement diffusée, laquelle, perdant son statut d'intimité, devient rapidement affaire du domaine public. Au moyen du filtre médiatique, le caractère local de l'événement fait place à une consommation à l'échelle du marché mondial de la nouvelle. En somme, l'importance des données médiatiques tient autant à leur contenu, à leur accessibilité, qu'à leur capacité à expliquer des processus et des événements actuels et passés (Garapon, 1994; Innes, 2003; Thompson, 2000; Thrall, 1995; Tweedale, 2003).

Par ailleurs, conjointement à la possibilité qui s'offre au chercheur, dans un contexte d'histoire immédiate, de saisir l'opportunité de mettre la main sur des données pertinentes et fécondes, il advient que celui-ci puisse bénéficier de l'apport de sources variées et abondantes, comme des témoignages contradictoires, ce qui représente un atout indéniable pour traiter de problématiques contemporaines. Divers types de documents disponibles et accessibles pour l'historien du très contemporain sont recensés par Soulet (1999), en particulier « la presse, qui constitue un « gisement » d'une extrême richesse » pour procéder à l'examen des processus sous enquête. En optant pour la présentation d'un maximum de schémas explicatifs, la fécondité de la démarche se confirme donc, pour le chercheur qui vit en temps réel les événements sous examen. Être contemporain des situations à l'étude se présente comme un avantage certain pour le chercheur, étant donné qu'il sera en mesure d'acquérir une connaissance intime « de l'état d'esprit de l'époque et, surtout de la complexité des événements » qu'il scrute (Soulet, 1999).

L'arène médiatique est elle-même une arène de négociation

Parce qu'elle permet aux acteurs de négocier, en temps réel et en continu, les solutions des conflits qui les affligent (Commaille, 1994; Garapon, 1994), il est possible de considérer l'arène médiatique comme étant elle-même une arène de

négociation. Incidemment, l'arène médiatique est une arène de négociation où se négocient des réputations, des informations, et des explications politiques, au fur et à mesure qu'un scandale se révèle et que des divulgations compromettantes s'y déploient (Thompson, 2000).

Pour notre part, dans l'étude de la négociation de plaider dans l'affaire Enron, nous avons assumé que l'arène médiatique était elle-même une arène de négociation, sur la base du fait que la manière dont les éléments sont présentés dans le cours d'une négociation est une condition qui est susceptible d'en influencer l'issue (Maynard, 1982). De fait, en ciblant des thèmes considérés d'intérêt public dans leur couverture des événements reliés à l'affaire Enron et en publiant les points de vue d'acteurs divers, il apparaît difficile de négliger la possibilité que les médias aient participé au processus de négociation en cours. D'autant que les argumentations qui sont déployées par les différents acteurs qui prennent la parole par voie médiatique sont susceptibles d'être reprises par les infracteurs présumés qui tentent par tous les moyens d'éviter de faire l'objet de poursuites pénales. Webster (2003) constate aussi que l'arène médiatique participe aux débats contemporains en voie de se réaliser. Par exemple, dans le cas de la guerre déclarée au terrorisme, compte tenu des informations qu'ils publient, les médias seraient en position d'influencer, dans une certaine mesure, le cours de l'action militaire.

Les données médiatiques permettent de suivre l'évolution du processus

Les données médiatiques permettent de suivre l'évolution du processus, ou, le cas échéant, l'évolution de la qualification de la conduite à l'étude en « crime ». Les travaux de Swigert et Farrell (1980-81) illustrent bien cette caractéristique particulière des données médiatiques. Ainsi, en suivant pas à pas la diffusion des informations médiatiques concernant les conséquences dramatiques de l'installation d'un réservoir d'essence défectueux sur la Pinto, ces auteurs analysent la transformation qualitative des comportements sous enquête. Au fil de leurs observations médiatiques, Swigert et Farrell constatent que les instances judiciaires, les autorités concernées, les médias, et le public en arrivent à envisager que les comportements adoptés par l'entreprise Ford relèvent bel et bien du système pénal. Pour ces auteurs, en s'imposant comme l'expression d'une définition d'une situation, les données médiatiques apparaissent aptes à rendre compte du processus auquel elles participent. Pour étudier un phénomène social, la possibilité de suivre l'évolution de la qualification de la conduite des acteurs constitue un réel atout. En effet, nous sommes alors en situation de confronter les divers arguments qui émergent dans les pourparlers, notamment, par exemple, lorsqu'une forme de règlement est adoptée pour un infracteur présumé en particulier. Au final, repérer la

mouvance des rhétoriques qui sous-tendent la justification d’opter pour telle ou telle qualification d’un acte spécifique permet de mieux situer le contexte de négociation en action.

En adoptant la stratégie de recherche proposée par Swigert et Farrell (1980-81), soit : diviser en trois séquences temporelles la période de temps choisie, Wright, Cullen et Blankenship (1995) ont étudié la couverture médiatique de l’incendie de l’Imperial Food Products – une entreprise de transformation de volailles – où 25 ouvriers ont trouvé la mort. Pour Wright, Cullen et Blankenship (1995), la couverture médiatique des événements est un processus dynamique qui change au fur et à mesure que le temps passe, d’où l’intérêt de recourir à une méthodologie qui permette de suivre l’évolution de la qualification des conduites à l’étude. En l’occurrence, en observant comment un thème est décrit, en s’intéressant à l’apparition des explications du phénomène, et en ciblant les justifications qui sont fournies par les principaux acteurs sous enquête, il apparaît possible de cerner les transformations qui se produisent à travers le temps : notamment, la manière dont s’organise la réaction sociale à l’endroit des infracteurs présumés.

Dimension constitutive des données médiatiques : limites et fécondité

En considérant que l’arène médiatique est elle-même une arène de négociation, au sens d’un lieu où se négocient des solutions, des définitions, des qualifications sociales, il appert que nous pouvons assumer, a priori, que tous les éléments qui s’y trouvent sont susceptibles d’être pertinents pour procéder à l’étude du processus social sous enquête. Néanmoins, de manière à préciser les conditions spécifiques pouvant intervenir dans la couverture médiatique d’un événement, et, par conséquent, les circonstances qui entourent la prise de parole des acteurs divers qui s’y expriment, ou dont les propos sont rapportés, nous allons recenser certaines des caractéristiques – les limites – qui sont susceptibles de façonner le discours médiatique. Si nous considérons que l’arène médiatique au sens large (médias électroniques, presse écrite, télévision...) est résolument une arène de négociation où se débattent sans relâche les grands enjeux contemporains, il importe, toutefois, de remarquer que les éléments qui y sont présentés ne sont pas systématiquement considérés comme étant des faits. En l’occurrence, il importe de remarquer que les sources officielles ne garantissent pas nécessairement l’exactitude des faits. Pour preuve, l’affaire Maher Arar montre bien que les informations qui proviennent des sources gouvernementales et policières ne sont pas systématiquement « vraies » (Lee Carter, BBC News, 19 septembre 2006)³. Nous retenons que les informations fausses communiquées aux autorités étasuniennes ont joué un vrai rôle dans la déportation d’Arar, lequel a subi un long emprisonnement ponctué

de torture. Au final, à l'aune des nouvelles informations disponibles, de la mouvance judiciaire en train de s'organiser, et des schémas explicatifs qui sont proposés, les stratégies de défense des accusés pourraient être renforcées, ou au contraire, démolies.

Les limites des données médiatiques : emphases et silences

En général, la principale critique que l'on peut adresser aux médias, c'est que l'emphase est mise sur certains événements, alors que d'autres sont passés sous silence (Ehrlich, 1974; Franzosi, 1987, 1998, 2004a, 2004b; Martin 2003). Plusieurs composantes étayent cette appréciation du contenu médiatique.

Dans un premier temps, nous remarquons que certains interlocuteurs ont un accès privilégié aux médias. Ainsi, dans leur étude en lien avec le déversement de pétrole à Santa Barbara, Molotch (1970) et Molotch et Lester (1973; 1974; 1975) envisagent la possibilité que les mécanismes de construction de la nouvelle soient le résultat d'une activité sociale et politique. En effet, ces chercheurs scrutent les processus qui favorisent la mise en forme d'événements en informations pouvant être publiées et diffusées auprès d'un large public. Ainsi, Molotch et Lester s'intéressent au pouvoir dont sont investis certains groupes et certaines personnes. En particulier, les élites sont capables d'imposer leurs intérêts comme suffisamment importants pour faire partie de la nouvelle. Or, réussir à créer l'événement s'avère une démonstration de pouvoir susceptible d'être relayée par les médias à un large public (Mannoni, 1992). Par ailleurs, en ajout de cet aspect spécifique de la mobilisation des médias à des fins personnelles, partisanes, et organisationnelles, des éléments tels que la concentration des médias, les intérêts commerciaux des publicitaires, ou encore, la précarité des emplois des journalistes viennent moduler la capacité des acteurs à faire connaître leurs points de vue par voie médiatique.

Dans un deuxième temps, la dépendance des journalistes à l'égard de leurs sources est un aspect de la production du discours qui pourrait jouer un rôle dans la couverture médiatique et dans le type d'analyse qui est fournie au quotidien. En effet, il est possible d'envisager que la qualité de la relation avec l'informateur soit de nature à influencer le contenu journalistique. En fait, à la recherche d'une information rare, la relation des journalistes à l'égard de leurs sources d'information (policières, politiques, gouvernementales, agences de régulation, délateur, témoin, victime) est susceptible de s'exprimer sous la forme d'une dépendance, c'est-à-dire que, souvent, les journalistes, pour définir les situations à l'étude, vont recourir aux grilles de lecture de leurs sources (Chibnall, 1975; Huberson, 1993; Thrall, 1995). Une situation qui ferait en sorte que les journalistes pourraient ne pas être en mesure en toutes

circonstances d'exercer tout leur sens critique à l'égard de la problématique traitée⁴.

Dans un troisième temps, il appert que le discours médiatique, hormis quelques exceptions, met surtout l'emphase sur les crimes individuels et violents, aux dépens d'autres conduites tout aussi dommageables pour l'ordre public (Marsh, 1991; Schneider, 1995; Smaus, 1983; Van Dijk, 1980). Ainsi, à l'inverse de ce qui se passerait dans le cas des crimes « de rue », les crimes en col blanc – la délinquance économique, environnementale – seraient plutôt occultés et opacifiés par les divers médias qui en assurent la couverture (Lascoumes, 1986; Lynch, Stretesky & Hammond, 2000; Wright, Cullen & Blankenship, 1995). En fait, les médias favoriseraient la présentation des illégalismes des affaires ou des crimes commis par les entreprises comme n'étant pas « graves ». De même, Evans et Lundman (1983) observent que les médias sont plutôt réticents à envisager les conduites des entreprises comme étant de « véritables » crimes, une frilosité qui ne se manifesterait guère dans le cas de la criminalité des individus. En résumé, le discours médiatique renforcerait une tendance à assumer que les crimes en col blanc ne sont que des cas isolés par opposition à des conduites généralisées ayant cours au sein d'une organisation ou d'un système (Doig, 1984; Lascoumes, 1986).

En définitive, que ce soit en raison de contraintes organisationnelles particulières ou, encore, en conséquence de la dépendance des journalistes à l'égard de leurs sources⁵, il appert que les médias mettent l'accent sur certaines formes de criminalité, tout en privilégiant des explications socialement acceptables, ou qui font consensus au sein de la société (McQuail, 1976; Plenel, 1993; Tuchman, 1978a, 1978b, 1981). Par ailleurs, chaque organisation médiatique est susceptible de suivre une ligne de pensée spécifique.

Les médias permettent d'accéder à des informations sociologiques pertinentes

Selon Franzosi (1987, 1998), les médias contiennent des informations sociologiques pertinentes aptes à fournir des explications relatives à un processus social. En l'occurrence, lorsque Franzosi (2004a) étudie les mouvements de protestation en Italie (de 1919 à 1922), nous notons qu'il n'a pas accès à toutes les conversations qui se déploient entre les grévistes, les patrons ou les forces de l'ordre. Toutefois, sur la base des informations contenues dans les médias sélectionnés, Franzosi parvient à développer des schémas explicatifs quant à l'évolution des mouvements sociaux qu'il étudie.

Souvent, ce sont des enquêtes menées par des journalistes (le journalisme d'investigation) qui dévoilent des situations critiques, des formes diverses d'exploitation, les activités de groupes criminels ou, encore, des

scandales politiques, comme le scandale du *Watergate*. Autant de conduites qui resteraient dissimulées au public sans l'intervention de professionnels des médias (Garapon, 1994; Martin, 2003). Ainsi, quand les journalistes couvrent un événement majeur comme la faillite d'Enron, ils interrogent, sans relâche, des acteurs qui détiennent des informations privilégiées sur la gestion de la situation en cours. Ils sont alors en mesure d'accéder à une expertise essentielle, laquelle devient ensuite partie intégrante de leurs écrits (Thompson, 2000). En outre, les journalistes bénéficient de deux conditions privilégiées aptes à favoriser la divulgation d'informations secrètes : les personnalités politiques sont de plus en plus visibles, et les moyens technologiques sont de plus en plus sophistiqués (Thompson, 2000).

Les médias permettent d'accéder à des informations qui ne sont pas disponibles autrement

Kobler (1975a, 1975b) justifie l'utilisation des données médiatiques sur la base de leur capacité à rendre compte d'un phénomène particulier. Pour cet auteur, les informations fournies par les médias sont uniques, au sens où le chercheur ne pourrait obtenir ces renseignements autrement. Incidemment, ces données ne seraient accessibles qu'en raison du caractère spécifique des situations auxquelles elles renvoient. Précisément, dans le cas où les policiers tuent un criminel en fuite en utilisant leur arme de service, il appert qu'en raison du caractère exceptionnel de l'événement, de la forte probabilité que les journaux en fassent le compte rendu et de la quasi certitude que les résultats des enquêtes internes menées par l'organisation policière ne seront pas publiées, les sources médiatiques fournissent un moyen *unique* de recueillir des informations précieuses sur des conduites qui sortent de l'ordinaire. Eu égard à toutes ces raisons, pour Kobler (1975a, 1975b) les données médiatiques constituent un moyen privilégié pour scruter un sujet d'intérêt public, même si ce qui est rapporté dans les médias, c'est que la conduite du policier ne devrait pas être envisagée sous l'angle d'une faute professionnelle, d'un abus de pouvoir ou d'une erreur de jugement.

Par ailleurs, dans le cas d'un événement soudain, impromptu, la réponse officielle n'a pas eu le temps d'être planifiée avec le même soin que lors de cérémonies ou de conférences de presse annoncées à l'avance, pour lesquelles des protocoles de conduite sont établis et précisés à tous les participants. En effet, étant donné que la mise à nu de l'affaire au grand jour ne fait pas partie d'un plan prévu par la structure du pouvoir, la manière de gérer l'accident⁶ n'a pas été prévue à la satisfaction des acteurs interpellés par les événements. Cela a pour effet de favoriser le dévoilement de caractéristiques particulières du système social, lesquelles, en temps normal, sont délibérément camouflées par

ceux qui ont le pouvoir d'exercer un contrôle sur des sujets qui les concernent (Molotch, 1970). De fait, étant donné qu'ils peuvent accéder à des informations auxquelles ils n'auraient pas accès autrement, les chercheurs peuvent miser sur une stratégie de recherche tout à fait prometteuse, celle qui consiste à capitaliser sur des événements imprévus, précisément pour étudier des situations sociales et organisationnelles difficiles à appréhender (Molotch & Lester, 1973; 1974; 1975).

Les médias permettent de repérer l'argumentation discursive officielle

Au Royaume-Uni, Doig (1984) s'est basé sur une série de cas pour étudier la corruption et les conduites malhonnêtes (*misconduct*) des élites. Dans sa recherche, l'auteur s'appuie sur les analyses plurielles des journalistes ayant couvert les dossiers se rapportant à la corruption politique pour conclure à l'existence d'une tendance particulière : celle de traiter ces cas comme n'étant que des crimes qui sont commis par des personnes isolées au sein du groupe. En effet, Doig constate que le discours qui est énoncé par le gouvernement et par les autorités policières s'exprime en ces termes : les actes de corruption sous enquête ne sont le fait que de quelques membres des organisations – politique, policière – auxquelles ils appartiennent. Le résultat immédiat d'une telle argumentation, c'est que le système qui cautionne ces comportements n'est pas directement remis en cause. Pour documenter son étude, Doig a utilisé autant des données médiatiques (journaux, émissions de télévision et de radio), que des rapports officiels émis par le gouvernement. Et la thèse développée par Doig (1984) a émergé de l'examen des documents qu'il a sélectionnés pour mener à bien sa recherche. En ce sens, la démarche proposée s'apparente à une forme de théorisation ancrée (Glaser & Strauss, 1967).

En somme, en servant de réceptacle aux points de vue des acteurs les plus divers, l'arène médiatique rend compte d'un ensemble de dialogues, de débats, de stratégies, de propositions, de contrepropositions, de prises de position, de commentaires et d'actions, qui permettent de saisir et d'expliquer, à tout le moins partiellement, certains phénomènes sociaux actuels (Altheide, 2002; Cooke & Lawrence, 2005; Dartnell, 2006; Orr, 2003; Thompson, 2000; Valier, 2004).

Dimension méthodologique et médias : privilégier des stratégies multiples

Pour étudier un processus social, sur la base d'un matériel empirique constitué en majorité de données médiatiques, certaines stratégies méthodologiques semblent particulièrement appropriées. Celles qui sont proposées dans cette partie ne prennent tout leur sens qu'en tenant compte des multiples interactions dont elles sont porteuses.

Opter pour l'utilisation de tous les documents disponibles

Pour entreprendre une recherche documentaire où les médias occupent une large place, une stratégie gagnante va consister à utiliser tous les rapports et les comptes-rendus qui sont disponibles et accessibles. En ce domaine, il importe d'être inventif et d'être à l'affût de tous les documents qui sont diffusés dans la foulée d'événements particuliers : scandales politiques, financiers, procès d'un infracteur présumé d'envergure... Par exemple, autant les enquêtes du coroner, les documents judiciaires – les actes d'accusation, les plaidoyers de culpabilité –, les rapports gouvernementaux que les rapports organisationnels (comme les conclusions des entreprises sur les causes de leur faillite) peuvent constituer un matériel empirique fécond, apte à enrichir l'analyse d'*insights* sophistiqués.

Opter pour des données médiatiques diversifiées

Outre l'importance et la fécondité de se servir de tous les documents disponibles et accessibles pour procéder à l'analyse du processus sous enquête, nous avons opté pour des données médiatiques variées et diversifiées. Il faut dire que l'ampleur de la débâcle financière d'Enron a eu pour conséquence de susciter un engouement médiatique important. En l'occurrence, la nature des informations révélées au public a favorisé une abondance d'émissions télévisuelles et d'articles dans la presse écrite et électronique, tant aux États-Unis qu'ailleurs dans le monde.

Dans notre étude sur le cas Enron, les données médiatiques proviennent d'entrevues télévisuelles ayant été menées auprès d'un certain nombre d'acteurs (des procureurs, des avocats, des politiciens, des experts divers...). À cet effet, nous notons que tous les *verbatim* de ces entrevues télévisuelles réalisées aux États-Unis sont retranscrites et disponibles sur Internet. Par ailleurs, nous avons eu recours à des comptes-rendus issus de la presse écrite et des médias électroniques, tous sélectionnés pour leur couverture systématique ou pour leur expertise dans le domaine ciblé (*BBC News, Le Monde, The Economist, La Tribune...*). Enfin, nous avons utilisé les conférences de presse des procureurs et des accusés sous enquête, ainsi que les témoignages des infracteurs présumés qui se sont présentés devant les membres du Congrès pour répondre de leurs actes.

Opter pour la confrontation de points de vue variés et contradictoires

L'intérêt d'aborder le processus de la négociation de plaidoyer en insistant sur la confrontation de points de vue variés émis par des acteurs s'étant exprimés publiquement, outre la perspective de pouvoir dépasser les idiosyncrasies des

individus, des organisations, des médias et des acteurs en lice dans les négociations, c'est d'être en mesure de cerner plusieurs pistes d'interprétation susceptibles d'enrichir l'analyse du matériel empirique.

Pour procéder à l'examen de la fraude d'Enron, nous avons misé sur l'apport analytique que constitue une pluralité de points de vue. Entre autres, nous avons ciblé les propos médiatiques qui ont été émis par des acteurs impliqués dans les négociations en cours. Nous avons estimé que les acteurs qui expriment leurs points de vue à l'intérieur de l'arène médiatique prennent en compte l'évolution des négociations. En effet, souvent, ils font référence aux arguments défensifs des accusés, aux réactions des procureurs, ainsi qu'aux batailles légales qui s'organisent. En fait, ils n'expriment pas leurs points de vue dans un vacuum médiatique, juridique et politique. L'analyse qu'ils fournissent des événements est nécessairement ancrée dans la situation sous enquête. Aussi, en combinant les points de vue d'acteurs directement en lice dans les négociations – les politiciens⁷, les procureurs, les avocats, les infracteurs présumés – avec ceux qui leur sont plus extérieurs – les experts divers, les journalistes –, nous avons estimé qu'il était possible de recueillir des données fécondes : des informations sociologiques significatives. En effet, les uns et les autres ne sont pas soumis aux mêmes contraintes professionnelles, politiques, légales et judiciaires. Sans compter qu'il existe des situations où les acteurs, en dépit de leurs efforts, n'ont pas le contrôle absolu sur les renseignements qui sont communiqués aux médias.

Tel que vu plus tôt, de manière à obtenir des points de vue variés et contradictoires, nous avons opté pour un matériel empirique diversifié. Les articles de la presse écrite et des médias électroniques sont issus des États-Unis et de l'Europe. Les articles de journaux sont issus autant de journaux de tendances politiques diverses que de revues spécialisées dans les questions financières. En ce qui concerne les médias des États-Unis, nous avons privilégié les sources locales et celles d'envergure nationale. Les journaux étasuniens ont été précisément choisis de manière à tenir compte des allégeances politiques et des centres d'intérêt différents qu'ils prônent.

L'apport de données étasuniennes et européennes s'est présenté comme un choix judicieux, étant donné l'importance de multiplier les points de vue, dans le dessein notamment de saisir la complexité du cas à l'étude. Nous cherchions également à saisir la portée des diverses irrégularités comptables ayant cours dans l'entreprise Enron, leur impact s'étant répercuté à l'échelle du monde. En somme, nous avons assumé que les acteurs qui avaient pris la parole dans les médias (ou qui étaient cités par les journalistes) avaient une connaissance intime du déroulement des négociations, et qu'ils avaient eu

accès, dans certains cas, à des éléments discutés en coulisses, en privé. Nous avons misé sur le fait que les points de vue des nombreux acteurs s'étant exprimés dans l'arène médiatiques au sens large permettaient de mettre en contexte les propos tenus par l'ensemble des acteurs nécessairement impliqués dans les négociations, qu'ils permettaient d'établir des points de repère, de suivre l'évolution d'une composante particulière, de mettre en relation les versions différentes et similaires d'un même événement, ou d'une conduite spécifique.

En bout de ligne, dans notre étude sur la fraude d'Enron, les contributions journalistiques sont autant étasuniennes qu'européennes tant pour valider l'information que pour varier la provenance des commentaires des journalistes. En effet, nous avons constaté que les médias étasuniens, français et britanniques établissaient entre eux un dialogue, une forme d'intertextualité (Orr, 2003). Autrement dit, les journalistes se répondent les uns les autres, et réagissent aux allégations d'un des leurs. Dans un tel contexte de réciprocité, faire appel à des médias étrangers est apparu comme un moyen d'enrichir l'analyse du cas Enron en ne sous-estimant pas la portée de ces interactions, car elles semblent propices à favoriser l'émergence de points de vue diversifiés et contradictoires. Par ailleurs, en puisant à d'autres sources qu'étasuniennes, nous avons tenu compte de l'assertion voulant que l'argumentation journalistique serait susceptible de différer selon les nations (Alexander, 1981; Martin, 2003; Tweedale, 2003; Valier, 2004), ou à tout le moins, selon leur degré d'implication dans l'affaire.

Cibler les événements clés du processus à l'étude

Pour étudier un processus social fondamental, il semble important de scruter ce qui se passe dans une situation précise, par exemple : un événement particulier, le cas d'un infracteur présumé spécifique, une période de temps ciblée. Pour Franzosi (2004a), il semble judicieux d'organiser la cueillette de données en ciblant les événements clés du processus à l'étude : les grèves, les rassemblements, les manifestations. Les événements clés peuvent être d'ordres divers : médiatiques, juridiques, légaux, économiques et politiques. Transposée à l'étude du cas Enron, cette démarche méthodologique s'est traduite en accordant une attention particulière à la poursuite pénale intentée contre la firme d'audit Andersen⁸ ainsi qu'à la croisade orchestrée par Eliot Spitzer⁹ (procureur général de l'État de New York) à l'endroit des banques d'affaires de Wall Street. La cueillette des données s'est donc organisée en tenant compte des scissions de la négociation de plaidoyer entourant l'affaire Enron.

Opter pour un découpage en séquences temporelles

De manière à cibler les événements clés dans le processus à l'étude – la négociation de plaidoyer dans le cas Enron –, nous avons procédé au découpage du matériel empirique en séquences temporelles (Swigert & Farrell, 1980-81). Le choix méthodologique d'adopter des séquences temporelles pour scruter les données empiriques est issu, en partie, de l'hypothèse voulant que ce qui se passe dans le cadre d'un règlement ciblé peut influencer ce qui se passe dans une autre négociation se déroulant en même temps, même si les acteurs judiciaires et les infracteurs présumés sont susceptibles de différer dans les négociations sous enquête. En fait, dans un contexte où les événements adoptent des rythmes internes variés et se produisent en parallèle les uns des autres, les séquences temporelles permettent de comparer ce qui se passe dans une négociation avec ce qui se passe dans une autre déjà en cours.

Opter pour une Webservation systématique du processus à l'étude

À l'âge de l'Internet, de la rapidité des communications, des technologies de pointe en matière de diffusion de l'information, de nouvelles avenues s'offrent au chercheur qui a recours aux données médiatiques (Thompson, 2000). Dans la foulée des attentats du 11 septembre 2001, Varisco (2002) constate l'utilité de tenir compte d'une nouvelle forme d'observation participante : la *Webservation*. En scrutant en priorité ce qui se passait dans les sites d'Internet : « being there was simply a matter of being on-line » (Varisco, 2002, p. 935). En outre, un des avantages incontestables d'Internet est de pouvoir accéder en un temps record à des points de vue multiples, à tout le moins autres que ceux qui pourraient être diffusés en continu par l'administration au pouvoir qui tente de gérer la crise. D'une certaine manière, en ciblant les sites gouvernementaux, ceux des procureurs chargés du dossier Enron, ceux des médias qui couvrent au quotidien les enquêtes en cours, nous pouvons assumer que nous avons procédé à une forme d'observation, au quotidien, des événements en train de se réaliser. Pour couvrir le cas Enron, des sites comme celui de la *Securities and Exchange Commission*, ou encore, celui d'Éliot Spitzer, procureur général de l'État de New York, ont été passés au peigne fin. Nous avons également consulté des sites qui fournissaient des renseignements ponctuels sur les enquêtes en cours, de même qu'une information légale et juridique d'appoint, par exemple : le site Findlaw. Au moyen de l'Internet, *l'e-observation* a pu se dérouler tant aux États-Unis qu'en Europe.

Opter pour une triangulation intégrée à toutes les étapes de la recherche

Une conséquence immédiate du recours à des données multiples – médiatiques, gouvernementales, judiciaires – c'est que le statut des interviewés est varié et variable, et que les conditions de production des points de vue et des

documents qui composent le matériel empirique sont multiples, et d'une certaine manière en dehors du contrôle du chercheur. Ainsi, le choix des questions et des thèmes appartient aux journalistes et la sélection des interlocuteurs relève du réseau de télévision. En outre, dans leurs diverses interactions avec les médias, les acteurs interrogés ne dévoilent pas nécessairement toute l'information dont ils sont détenteurs. Parfois, ils préfèrent attendre le moment qui sera le plus opportun pour divulguer au public et aux médias ce qu'ils savent. L'information qui est disponible dans les médias est donc susceptible d'être tributaire de la situation à l'intérieur de laquelle se trouvent ceux qui prennent la parole publiquement.

Dans notre étude sur le cas Enron, les informations auxquelles nous avons eu accès sont celles que les acteurs interrogés ont bien voulu révéler au public, ou encore, celles qui ont été découvertes par les journalistes et les enquêteurs. Dans un tel contexte, opter pour une intégration du processus de la triangulation, à toutes les étapes du protocole de recherche, apparaît un choix approprié pour s'assurer d'une analyse plausible, crédible et cohérente (Denzin, 1989; Noaks & Wincup, 2004; Saldana, 2003;).

En ce qui concerne la triangulation des données, outre les données médiatiques, nous avons eu recours à de nombreux autres documents, notamment d'ordre judiciaire, gouvernemental et organisationnel. Aussi, ces informations touchent autant le niveau juridique, légal, économique, sociologique, que politique. Par ailleurs, il y a une triangulation des données notamment en ce qui a trait à la facture des données utilisées : ainsi, autant des journaux qui traitent de politique nationale, des quotidiens centrés sur les préoccupations des populations locales que des revues spécialisées en économie ont servi à constituer le matériel empirique. Enfin, la triangulation des données s'est également manifestée au plan territorial, dans la mesure où aux États-Unis, nous avons utilisé des sources locales et d'autres d'envergure nationale, et qu'en outre, des médias d'outre-mer ont été mis à contribution.

En ce qui a trait à la triangulation des méthodes, elle s'inscrit dans la voie traditionnelle des techniques d'observation qui sont à l'honneur en recherche qualitative : les entrevues (télévisuelles), les documents (essentiellement médiatiques), et l'observation (la *Webservation*) ont permis de constituer le bassin empirique des données.

Enfin, eu égard à l'adoption de séquences temporelles pour étudier le processus sous enquête, nous observons que les stratégies méthodologiques retenues pour scruter le cas Enron permettent de prétendre à une forme de triangulation temporelle (Saldana, 2003). En effet, d'une manière générale, nous avons ciblé la période de temps qui a précédé l'entrée en scène des

organes de contrôle, celle qui correspondait à leur prise en charge du dossier, et enfin, celle au cours de laquelle des accusations ont été portées contre les infracteurs présumés. Ainsi, le processus a été étudié à partir d'éclairages provenant de sources diverses en référence à des séquences temporelles différentes : concrètement, ce qui se passait à des moments différents du processus judiciaire à l'étude. Dans notre analyse du cas Enron, nous avons également visé une forme de triangulation théorique (c'est-à-dire que l'objet d'étude peut être analysé à partir de propositions théoriques complémentaires). Toutefois, pour éviter de trop nous éloigner de notre sujet, nous n'en présentons pas ici les différents paramètres.

Au bout du compte, nous constatons que l'intégration de la triangulation dans les étapes plurielles du protocole de recherche permet de procéder à des comparaisons constantes entre les différentes composantes du matériel empirique, un moyen de s'assurer d'une mise en perspective féconde des pistes d'interprétations émergeant de l'analyse des données.

L'analyse permet de mettre à jour les configurations du processus à l'étude

Compte tenu des précisions retracées auparavant, notamment, le constat que les informations contenues dans les documents utilisés qui servent à l'analyse du processus ne sont pas envisagés comme des faits, mais comme étant des indicateurs des composantes qui ont pu jouer un rôle dans les déroulements du processus à l'étude, nous constatons que ce que notre protocole de recherche ne permet pas de faire, c'est de déterminer le poids respectif de chacune des composantes mises en exergue par l'analyse des données. Nous ne pouvons pas non plus déterminer l'influence spécifique de chacun des acteurs directement impliqués dans les négociations en ce qui a trait à un événement particulier.

En fait, en ciblant les interactions qui se sont déroulées entre les acteurs aux diverses étapes de la négociation de plaidoyer, en repérant les aspects particuliers des stratégies de défense des infracteurs présumés, en visant les différences et les similitudes des cadres d'interprétation développés par les divers acteurs impliqués dans les négociations, nous avons étudié le processus sous enquête sous l'angle d'un phénomène dynamique. En ce sens, la méthodologie retenue pour scruter le cas Enron – celle consistant à utiliser des documents divers, entre autres, des données médiatiques plurielles – s'apparente à d'autres initiatives de recherche ayant pour dessein de mettre en évidence la dynamique interne d'un phénomène social (Denzin, 1977; Doig, 1984; Thompson, 2000; Patte, 2006). Avec pour conséquence immédiate que les résultats de l'analyse vont se traduire en termes de configurations.

Dans le cas Enron, ces configurations, qualifiées de scénarios de négociation, mettent en relief la pertinence de cibler les déclinaisons possibles du processus de la négociation de plaider lorsque des infracteurs présumés puissants du point de vue politique et économique font ou pourraient faire l'objet de poursuites devant des instances diverses. L'examen des jeux de pouvoir des acteurs en lice dans les négociations a mis en relief que les accusés dont la position structurelle est privilégiée étaient en situation de prétendre à des formes de règlements leur permettant de rester en affaires. En effet, à l'aune de l'impact présumé sur la stabilité des systèmes politique et économique dans les négociations, il n'y avait pas lieu de mobiliser les instances pénales.

Avec le cas Enron, nous nous sommes intéressée au parcours de la position occupée par un infracteur présumé dans un champ donné¹⁰. En effet, nous avons comparé la position qu'il occupait dans le champ politique et économique, *avant* la faillite d'Enron (2 décembre 2001) – le champ initial –, avec la position dans laquelle il s'est retrouvé, au moment de la révélation de la fraude – le nouveau champ étant celui de la négociation. Ainsi, nous avons porté une attention particulière aux modulations – aux transformations – qui ont affecté sa position au regard du déroulement des événements à l'étude. Certains infracteurs présumés ont pu maintenir la position sociale qu'ils occupaient dans le champ initial. Pour d'autres acteurs, cette position a été altérée, suite, par exemple, à une poursuite pénale intentée contre eux. L'enregistrement d'un plaider de culpabilité par l'accusé sous enquête, ou encore, le prononcé d'un verdict de culpabilité contre le suspect, sont des éléments qui contribuent fortement à modifier la position occupée par un acteur dans le nouveau champ. Au fil des négociations, chaque infracteur présumé risque de voir sa position se modifier : selon que la justice lui impose une amende, ou pire, la prison.

Nous posons que les cas de figure mis à jour par l'analyse du matériel empirique, dans le cas Enron, compte tenu de certaines modifications, pourraient être généralisés à d'autres situations similaires, par exemple tout ce qui concerne les négociations entourant le traitement de membres d'organisations criminelles ou de groupes terroristes.

Au final, toutefois, il est possible que l'analyse proposée ne puisse dépasser les limites politiques du champ médiatique à l'intérieur duquel elle s'est développée. La mainmise sur l'information, la possibilité de museler les journalistes, la dissimulation (*cover-up*) des renseignements en temps de crise, l'immunité des élites, les impératifs de la guerre au terrorisme, sont autant d'éléments susceptibles d'intervenir dans l'accès aux informations dont le

chercheur est friand. Cela ne devrait toutefois pas freiner les chercheurs qui souhaitent examiner des processus sociaux en se servant de documents essentiellement médiatiques : des données accessibles, abondantes, multiples et contradictoires. Il s'agit d'une démarche de recherche qui vise non pas la vérité, mais plutôt, une confrontation, celle provoquée par la mise en tension des configurations qui émergent de l'analyse. « Après tout : [T]he aim of analysis is not to reveal the truth but to contribute to a process of understanding, and to provoke other, probably contradictory, contributions » (Fiske, 1998, p. 370).

Conclusion

Au fil des ans, la recherche qualitative s'est donnée de nombreux défis : laisser la parole aux acteurs directement concernés par les recherches, intégrer les développements théoriques et méthodologiques qui ne cessent de se présenter, satisfaire aux exigences épistémologiques de la recherche scientifique. Dans un tel ordre d'idées, nous avons proposé une discussion ayant trait à la fécondité de recourir à des données médiatiques pour procéder à l'étude de processus sociaux. En effet, nous avons posé que l'arène médiatique est elle-même une arène de négociation apte à rendre compte d'une pluralité de points de vue, stratégies, explications et propositions théoriques. À cet égard, en recherche qualitative, opter pour une confrontation des points de vue contradictoires qui s'y trouvent, en conformité avec une analyse ludique, participe autant d'un exercice démocratique que d'une insertion du chercheur dans un contexte d'histoire immédiate.

Notes

¹ Le jeu : « là où il y a un mouvement dans le cadre » est une méthode de recherche, une dialectique, basée sur la mise en tension, la confrontation, d'éléments issus de pôles contradictoires – vivants -, où prédomine une « dialectique sans synthèse » (Ost & van de Kerchove, 1992, 1993; van de Kerchove & Ost, 1992).

² Dans l'étude de la négociation de plaidoyer, dans le cas Enron, nous avons comme objectifs de recherche de mettre en exergue les jeux de pouvoir des acteurs en lice, tout en explorant les jeux de normativité auxquels ils participaient. Notre problématique s'inscrit dans une réflexion contemporaine relative aux avantages structurels dont bénéficient les infracteurs présumés de crimes en col blanc, lorsqu'ils font ou pourraient faire l'objet de l'attention des instances de contrôle.

³ En 2002, Maher Arar a été faussement accusé de terrorisme par les autorités canadiennes (Lee Carter, BBC News, 19 septembre 2006).

⁴ Pour des analyses faisant état de dérapages en matière de couverture médiatique, voir : Altheide (2002); Kapuscinski (1999); Surette (1992).

⁵ Aux États-Unis, comme en Europe, de nombreux chercheurs et journalistes se sont intéressés aux contraintes organisationnelles auxquelles sont soumis les journalistes, de même qu'aux conditions structurelles propices à favoriser un discours plutôt qu'un autre. Voir, par exemple : Alexander (1981); Barak (1994); Orr (2003); Schneider (1995); Valier (2004).

⁶ Accident : « An occasion in which miscalculation leads to the breakdown of customary order » (Molotch, 1970, p. 143).

⁷ Enron a d'abord été un cas politique avant d'être un scandale financier.

⁸ La poursuite pénale intentée contre le cabinet d'audit d'Enron – la firme Andersen – constitue une première en la matière. Accusée pour un crime *autre* que la falsification des comptes en lien avec la fraude d'Enron (Andersen a précisément été interpellée par le pénal pour *entrave à la justice*), la firme Andersen a été contrainte à l'abandon de ses activités. Condamnée dans un premier temps, au terme d'un procès, elle a été innocentée par la suite, mais le mal était déjà fait. Dans cette histoire, Andersen a joué un rôle de bouc émissaire, d'où son importance pour saisir la négociation en cours.

⁹ Eliot Spitzer a joué un rôle majeur dans la négociation de plaidoyer du cas Enron, dans la mesure où il a négocié une entente historique avec les grandes banques d'affaires de Wall Street : en échange du paiement d'une amende des principales intéressées, il n'a pas mis à exécution son projet de les poursuivre au pénal. En outre, Spitzer a pris en charge des dossiers qui relèvent *normalement* de l'autorité des marchés financiers américaine la Securities and Exchange Commission (d'où la pertinence, tel que mentionné plus loin, de consulter ce site de manière intensive).

¹⁰ Pour une actualisation de la notion de champ, voir Thompson (2000) et Patte (2006).

Références

- Alexander, C.J. (1981). The mass news media in systemic, historical, and comparative perspective. Dans E. Katz, & T. Szecskö (Éds), *Mass media and social change* (pp. 17-51). Thousand Oaks : Sage.
- Altheide, D.L. (2002). *Creating Fear : News and the Construction of Crisis*. New York : Aldine de Gruyter.
- Barak, G. (1994). Media, society, and criminology. Dans G. Barak (Éd.), *Media, process, and the social construction of crime* (pp. 3-45). New York : Garland.
- Carter, L. (2006, 19 septembre). *Canada clears « al-Qaeda suspect »*. BBC News.
- Cellard, A. (1997). L'analyse documentaire. Dans J. Poupart, J.-P. Deslauriers, L.-H. Groulx, A. Laperrière, R. Mayer, & A.P. Pires (Éds), *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques* (pp. 251-271). Boucherville : G. Morin.

- Chibnall, S. (1975). The crime reporter : A study in the production of commercial knowledge. *Sociology*, 9, 49-66.
- Cooke, M., & Lawrence, B.B. (2005). *Muslim networks from Hajj to hip hop*. Chapel Hill : The University of North Carolina Press.
- Commaille, J. (1994). L'exercice de la fonction de justice comme enjeu de pouvoir entre justice et médias. *Droit et Société*, 26, 11-18.
- Dartnell, M.Y. (2006). *Insurgency online. Web activism and global conflict*. Toronto : University of Toronto Press.
- Denzin, N.K. (1977). Notes on the criminogenic hypothesis : A case study of the american liquor industry. *American Sociological Review*, 42, 905-920.
- Denzin, N.K. (1989). *The research act. A theoretical introduction to sociological methods* (3^e éd.). Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall.
- Doig, A. (1984). *Corruption and misconduct in contemporary British politics*. Harmondsworth, Middlesex, England : Penguin Books.
- Ehrlich, H.J. (1974). The politics of news media control. *The Insurgent Sociologist*, IV(4), 31-43.
- Evans, S.S., & Lundman, R.J. (1983). Newspaper coverage of corporate price-fixing. *Criminology*, 21(4), 529-541.
- Fiske, J. (1998). Audiencing. Cultural practice and cultural studies. Dans K. Denzin, & Y.S. Lincoln (Éds), *The landscape of qualitative research*. Thousand Oaks, CA. : Sage.
- Franzosi, R. (1987). The press as a source of socio-historical data : Issues in the methodology of data collection from newspapers. *Historical Methods*, 20(1), 5-16.
- Franzosi, R. (1998). Narrative analysis. Or why (and how) sociologists should be interested in narrative. *Annual review Sociology*, 24, 517-554.
- Franzosi, R. (2004a). *From words to numbers*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Franzosi, R.(2004b). Content analysis. Dans M. Hardy, & A. Bryman (Éds), *Handbook of data analysis* (pp. 547-565). Thousands Oaks. CA. : Sage.
- Frontline (2006). *NewsWar*. Document consulté le 1^{er} janvier 2006 de www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/newswar
- Garapon, A. (1994). La justice est-elle « délocalisable » dans les médias? *Droit et Société*, 26, 73-89.

- Glaser, B.G., & Strauss, A.L. (1967). *The discovery of grounded theory. Strategies for qualitative research*. Chicago, IL : Aldine Publishing Company.
- Huberson, L. (1993). Logique de la sécurité, logiques de l'information. *Les Cahiers de la sécurité intérieure*, 12, 47-55.
- Innes, M. (2003). « Signal crimes » : Detective work, mass media, and constructing collective memory. Dans P. Mason (Éd.), *Criminal visions. media representations of crime and justice* (pp. 51-69). Cullompton, Devon and Portland, OR : Willan.
- Kapuscinski, R. (1999, août). Censures nouvelles [ou] subtiles machinations. Les médias reflètent-ils la réalité du monde? *Le Monde Diplomatique*. www.monde-diplomatique.fr.
- Kobler, L.A. (1975a). Police homicide in a democracy. *Journal of Social Issues*, 31(1), 163-184.
- Kobler, L.A. (1975b). Figures (and perhaps some facts) on police killing of civilians in the United States, 1965-1969. *Journal of Social Issues*, 31(1), 185-191.
- Lascoumes, P. (1986) *Les affaires ou l'art de l'ombre. Les délinquances économiques et financières et leur contrôle*. Paris : Le Centurion.
- Lynch, M.J., Stretesky, P., & Hammond, P. (2000). Media coverage of chemical crimes, Hillsborough County, Florida, 1987-97. *British Journal of Criminology*, 40, 112-126.
- McQuail, D. (1976). *Review of sociological writing on the press. Royal commission on the press*. London : Her Majesty's Stationery Office.
- Mannoni, P. (1992). *Un laboratoire de la peur, terrorisme et media*. Paris : Éditions Hommes et Perspectives. Le Journal des Psychologues.
- Marsh, H.L. (1991). A comparative analysis of crime coverage in newspapers in the United-States and other countries from 1960-1989 : A review of the literature. *Journal of Criminal Justice*, 19, 67-79.
- Martin, G. (2003). *Understanding terrorism. Challenges, perspectives, and issues*. Thousand Oaks, CA. : Sage.
- Maynard, D.W. (1982). Defendant attributes in plea bargaining : Notes on the modeling of sentencing decisions. *Social Problems*, 29(4), 347-360.
- Molotch, H. (1970). Oil in Santa Barbara and power in America. *Sociological Inquiry*, 40, 131-144.

- Molotch, H., & Lester, M. (1973). Accidents, scandals, and routines : Resources for insurgent methodology. *The Insurgent Sociologist*, 3, 1-11.
- Molotch, H., & Lester, M. (1974). News as purposive behavior : On the strategic use of routine events, accidents, and scandals. *American Sociological Review*, 39, 101-112.
- Molotch, H., & Lester, M. (1975). Accidental news : The great oil spill as local occurrence and national event. *American Journal of Sociology*, 81(2), 235-260.
- Noaks, L., & Wincup, E. (2004). *Criminological research. Understanding qualitative methods*. London : Sage.
- Orr, M. (2003). *Intertextuality. Debates and contexts*. Cambridge, UK. : Polity Press.
- Ost, F. & van de Kerchove, M. (1992). Le jeu : un paradigme fécond pour la théorie du droit. Dans F. Ost, & M. van de Kerchove (Éds), *Le jeu : un paradigme pour le droit* (pp. 239-276). Paris : Collection Droit et Société. LGDJ.
- Ost, F., & van de Kerchove, M. (1993). L'idée de jeu peut-elle prétendre au titre de paradigme de la science juridique? *Revue Interdisciplinaire d'études juridiques*, 30, 191-216.
- Patte, Y. (2006). Sur le concept de « champ ». *Sociologie et sociétés*, XXXVIII(1), 235-261.
- Plenel, E. (1993). Secret et indiscrétion. *Les Cahiers de la sécurité intérieure*, 12, 79-85.
- Saldana, J. (2003). *Longitudinal qualitative research. Analyzing change through time*. Walnut Creek, CA. : Altamira Press.
- Schneider, H.J. (1995). La criminalité et sa représentation par les mass media. *Revue internationale de criminologie et de police technique*, 2, 149-159.
- Smaus, G. (1983). Mass médias et criminalité : État de la recherche en Allemagne et en Autriche. *Déviance et Société*, 7(3), 249-268.
- Soulet, J.-F. (1999). Histoire immédiate, histoire comparée, l'exemple des pays de l'Est. Dans E. Bevort, & S.-M. Bonvoisin, *Historiens et géographes face à la médiatisation de l'événement*. Documents, Actes et rapports pour l'éducation. (pp. 45-53). Centre national de documentation pédagogique.
- Surette, R. (1992). *Media, crime and criminal justice. Images and realities*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole Publishing Company.

- Swigert, V.L., & Farrell, R.A. (1980-81). Corporate homicide : Definitional processes in the creation of deviance. *Law and Society review*, 15(1), 161-182.
- Thompson, J.B. (2000). *Political scandal. Power and visibility in the media age*. Cambridge, UK : Polity Press.
- Thrall, A.T. (1995). Competing images of the press. Document consulté le 1^{er} novembre 2005 de <http://sitemaker.umich-edu/atthrall/files/competing-infiles.pdf>.
- Tuchman, G. (1978a). *Making news. A study in the construction of reality*. New York : The Free Press.
- Tuchman, G. (1978b). The news net. *Social Research*, 45(2), 253-276.
- Tuchman, G. (1981). Myth and consciousness industry : A new look at the effects of the mass media. Dans E. Katz, & T. Szecskö (Éds.), *Mass Media and Social Change* (pp. 83-100). Beverly Hills : Sage.
- Tweedale, G (2003). Researching corporate crime. A business historian's perspective. Dans S. Tombs, & D. Whyte (Éds), *Unmasking the crimes of the powerful. Scrutinizing states & corporations* (pp. 69-87). Springer, Netherlands : Peter Lang.
- Valier, C. (2004). *Crime and punishment in contemporary culture*. Routledge : Taylor & Francis Group.
- Van Dijk, J.J.M. (1980). L'influence des médias sur l'opinion publique relative à la criminalité : un phénomène exceptionnel? *Déviance et Société*, 4(2), 107-129.
- Van de Kerchove, M., & Ost, F. (1992). *Le droit ou les paradoxes du jeu*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Varisco, D.M. (2002). September 11 : Participant webservation of the « War on Terrorism ». *American Anthropologist*, 104(3), 934-938.
- Webster, F. (2003). Information warfare, surveillance and human rights. Dans K. Ball, & F. Webster (Éds), *The intensification of surveillance. Crime, terrorism and warfare in the information age* (pp. 90-111). London : Pluto Press.
- Wright, J.P., Cullen F.T., & Blankenship M.B. (1995). The social construction of corporate violence : Media coverage of the imperial food products fire. *Crime and Delinquency*, 41(1), 20-36.

Louise Fines, professeur à temps partiel au département de criminologie de l'Université d'Ottawa (méthodologie qualitative; intervention auprès des personnes judiciarisées); Ph.D. en criminologie, obtenu à l'École de criminologie, Université de Montréal. Contributions à des problématiques contemporaines : en particulier le terrorisme et les crimes en col blanc, notamment sous l'angle de la négociation de plaidoyer. Intérêt marqué pour la recherche et l'utilisation de données qualitatives obtenues via toutes les sources disponibles précisément pour scruter des problématiques contemporaines peu étudiées en raison de la difficulté de trouver des documents et des informations sociologiques pertinentes.