

IST 564

CG.
5084-3
12 sep.

Manuel sur la recherche relative à la communication en matière de population



Gloria D. Feliciano

Doyen de l'Institut des communications de masse,
Université des Philippines, Quezon City

Préface

VOICI le troisième titre d'une collection de quatre manuels consacrée à divers aspects de la communication en matière de population.

Destiné à la formation des éducateurs et des informateurs qui participent, à des niveaux divers, à l'exécution des programmes nationaux d'action démographique, le présent ouvrage leur apportera, on l'espère, des indications et des précisions utiles sur les divers types, secteurs et méthodes de recherches intéressant particulièrement la communication en ce domaine. L'auteur a tenu compte des recommandations de la Réunion d'experts sur l'évaluation de la communication en matière de planification familiale organisée par l'Unesco à Davao (Philippines) en octobre 1972.

Ce manuel, dont le besoin se faisait depuis longtemps sentir, est complété par trois documents techniques et un film. Les documents appartiennent à une série intitulée « Population et communication : documentation technique » et ont respectivement pour titres : *La recherche aux fins de l'évaluation de la communication en matière de planification familiale*, *La recherche sur la communication en matière de planification familiale : cadre analytique* et *La recherche sur la communication en matière de population*. Quant au film, il fait partie de la série de l'Unesco « Films sur la communication sociale en matière de planification familiale » et s'intitule *Recherche et évaluation*.

Il est recommandé que ce manuel, les documents techniques connexes et le film soient employés conjointement dans les programmes de formation.

Les opinions exprimées dans cet ouvrage sont celles de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement les vues de l'Unesco.

L'AUTEUR

M^{me} Gloria Feliciano est titulaire des diplômes et grades suivants : Bachelor of Arts (B.A.) *cum laude* en anglais, Master of Arts (M.A.) en journalisme agricole et doctorat (Ph. D.) dans le domaine de la recherche en matière de communication.

Directrice du Mass Communication Institute de l'Université des Philippines depuis la fondation de cet organisme (1965), elle a exercé les fonctions de consultante auprès de diverses institutions spécialisées des Nations Unies, de la Banque internationale pour la reconstruction et le développement et d'autres organisations internationales. Elle a publié bon nombre de livres et de comptes rendus de recherches dans le domaine de l'information.

Table des matières

1. Introduction	9
2. La recherche relative à la communication en matière de population : nature, types et domaines d'application	14
Nature de la recherche sur la communication	15
Types de recherches sur la communication	16
Domaines d'investigation	19
3. Le processus de recherche	26
Définition du sujet de la recherche	26
Énoncé des objectifs	28
Collecte des données	29
Analyse et interprétation	30
4. L'analyse documentaire	33
La méthode historique	34
L'analyse de contenu	42
Les recherches sur la lisibilité	48
5. La méthode des études de cas	55
Avantages et limites de cette méthode	55
Domaines d'investigation	57
Méthodologie	57
Détermination des objectifs	57
Planification et exécution de l'étude	58
6. Essais préliminaires du matériel d'information	62
Nature des essais préliminaires	64
Que soumettre à des essais préliminaires ?	65
Domaines d'investigation	66
Comment procéder aux essais préliminaires ?	67
Méthodologie	68
Quelle est la meilleure méthode ?	72

7. La méthode de l'enquête	74
Usages de l'enquête	74
Avantages	77
Limites	79
Méthodologie	81
8. La méthode expérimentale	85
Qu'est-ce que la méthode expérimentale ?	85
Importance	85
Avantages et inconvénients	86
Les schémas de travail	88
Méthodologie	90
Références bibliographiques	94

1 Introduction

LE présent manuel s'adresse aux chercheurs qui, depuis longtemps, ressentent le besoin de directives qui puissent les aider à analyser les programmes de communication en matière de population appliqués dans les pays en développement. De telles directives auraient sans doute pour effet d'améliorer et d'accroître la contribution de ces programmes à notre connaissance du processus de communication.

Tandis que les spécialistes s'efforcent d'évaluer l'impact de l'élément information-éducation-communication (IEC) des diverses campagnes menées au niveau national en faveur de la régulation de la fécondité, la nécessité de disposer de résultats de recherches pour étayer les programmes de ce type devient de plus en plus évidente. C'est ainsi que, lors de la Réunion d'experts sur l'évaluation des programmes de communication en matière de planification familiale, organisée par l'Unesco à Davao (Philippines) en avril 1974, les participants ont examiné de près et d'un œil critique l'élément IEC de nombreux programmes d'action démographique mis en œuvre en Asie. Ils ont constaté que certains de ces programmes nationaux présentaient les défauts suivants :

Un public cible mal circonscrit, surtout parce que l'on ignorait les besoins réels en matière de communication, analysés par région, par classe socio-économique, par groupe d'âge et en fonction d'autres paramètres qui appelaient peut-être des traitements ou approches différenciés.

Des objectifs flous, énoncés sous la forme de déclarations générales, sur la nécessité de mieux faire connaître la planification familiale, simplement parce qu'on n'avait pas les données de base indispensables pour fixer des buts précis et chiffrés.

Des activités dispersées et peu efficaces, faute d'avoir connu les notions et les stratégies d'IEC qui avaient déjà fait leurs preuves, et la manière de combiner ou d'intégrer différents types d'activité afin d'optimiser les résultats.

Le recours à du matériel d'information d'origine étrangère, car on n'en produisait presque pas sur place à partir des réalités locales.

Ces graves défauts des activités de communication semblent avoir contribué à l'échec de beaucoup de programmes nationaux.

Au cours de la même réunion de Davao, on a signalé que, sur la bonne soixantaine de pays en développement qui ont actuellement une

politique démographique ou un programme d'action dans ce domaine, six seulement semblent avoir réussi à réduire de façon sensible leur taux de fécondité par groupe d'âge. (Il faut dire que certains programmes sont récents et qu'il est trop tôt pour en attendre déjà des résultats concrets.)

L'importance de la communication dans les programmes d'action démographique est pleinement reconnue à tous les niveaux de l'administration de ces programmes. Les activités de communication (y compris l'information et l'éducation) constituent normalement un des trois éléments principaux des programmes d'action démographique, les deux autres étant la création de dispensaires et la formation de personnel pour l'exécution du programme. Ce personnel reconnaît généralement que l'action en faveur de la planification familiale dans les pays en développement est avant tout un travail de communication puisqu'il s'agit de provoquer une modification du comportement.

Cependant, le rôle de la recherche relative à la communication en matière de population n'a pas reçu jusqu'ici l'attention qu'il mérite. Bien des raisons pourraient expliquer la faible place des recherches sur la communication dans les programmes nationaux. Beaucoup de ces raisons semblent liées à l'urgence de l'action. Dans les pays en question, l'explosion démographique n'est plus seulement un frein à la croissance économique : elle fait désormais peser la menace de la famine sur une grande partie de la population. Le sentiment d'urgence fait qu'on désire obtenir des résultats le plus rapidement possible et qu'on met donc l'accent sur des programmes d'action dont les résultats se mesurent au nombre de dispensaires créés, au nombre d'utilisatrices par centre et au nombre de foyers touchés par les campagnes d'IEC. Cela est particulièrement vrai des programmes relativement récents, dont les organisateurs, tout en sachant qu'il faut longtemps — généralement plusieurs années — pour qu'un programme d'action démographique commence à avoir quelque effet sur le taux de natalité, doivent aussi, en attendant, justifier les dépenses devant les organismes de financement nationaux et internationaux.

Pour certaines administrations impatientes d'obtenir des résultats, la recherche relative à la communication n'a pas sa place dans un programme d'action. Attendu qu'elle exige du temps, beaucoup d'argent et des équipes hautement qualifiées, l'administrateur qui fait effectuer de nombreuses études avant de lancer le programme risque d'apparaître indécis, timoré, inactif. En outre, certaines personnes peuvent prendre ombrage de telles études, y voyant la preuve qu'on met en doute leur connaissance du domaine en cause ou du milieu auquel l'information est destinée, ou simplement la répétition inutile d'études déjà faites ailleurs. D'autres encore considèrent la recherche comme une menace, une sorte de contrôle : qu'arrivera-t-il si les conclusions ne justifient pas ce qu'on a déjà fait, ou ce qu'on envisage d'entreprendre ?

En bref, si la communication en matière de population fait l'objet de si peu de recherches, c'est souvent parce qu'on sait mal ce qu'est la

recherche appliquée à la communication, comment elle est menée et quels résultats elle peut donner.

En fait, une telle recherche n'est pas quelque chose de statique. Loin de ralentir l'exécution du programme, elle l'accélère en donnant une base plus solide et plus précise aux diverses stratégies et opérations qui s'y rapportent. Son objet essentiel est en effet d'orienter les activités de communication de telle manière qu'elles atteignent leur efficacité maximale. Dans l'offensive visant à réduire les taux de croissance démographique, certaines erreurs peuvent être fort coûteuses; les recherches qui permettent de les éviter font donc gagner du temps.

Du reste, il est inexact de dire que toute recherche est cause de retard. Le temps qu'exige une étude dépend de bien des facteurs : objectif visé, ampleur du territoire et des activités qu'on étudie, facilité d'obtention des données, appui logistique fourni, etc. S'il faut un an ou davantage pour mener à bien une enquête de type connaissances-attitudes-pratiques (CAP) dans tout un pays, il est évident qu'une enquête analogue à l'échelle d'une région, d'un district, d'une province, d'une ville ou d'un village sera bien moins longue. Dans certains cas, pour connaître le « rayon d'action » des médias, il faudra procéder à une vaste enquête d'audience; dans d'autres, il suffira d'analyser les chiffres concernant les tirages.

Le coût dépend des mêmes paramètres. Si l'on désire le maximum de précision statistique, il faut utiliser un échantillon de taille adéquate; mais, bien souvent, l'examen d'un nombre limité de réponses fournira des indications suffisantes. Une enquête sur la communication à l'échelle nationale risque d'être coûteuse, mais on peut parfois se contenter d'une étude locale. Certaines formes relativement peu coûteuses d'analyse documentaire peuvent contribuer pour une bonne part à résoudre des ambiguïtés touchant par exemple le contenu des messages ou les caractéristiques du public.

En ce qui concerne le personnel, il est exact que la recherche sur la communication ne peut être faite que par des personnes qualifiées. Mais le degré de compétence requis dépend du degré de raffinement du travail entrepris. Une « véritable expérience » ou même une « quasi-expérience » exige normalement la participation d'un personnel spécialement formé à la recherche sociologique. En revanche, certains travaux (par exemple une étude de cas utilisant les techniques de l'observation et du questionnaire projectif) peuvent être confiés à des personnes qui ne sont pas spécialistes de la communication et même à des agents locaux, à condition qu'on leur donne la formation indispensable et des directives simples mais précises quant à la manière d'organiser et de mener l'étude.

Le présent manuel est donc conçu comme un guide et un ouvrage de référence à l'usage de tous ceux qui participent à l'exécution de programmes d'action démographique : administrateurs ou directeurs de ces programmes, chefs de bureau ou de division d'IEC, personnel de recherche et d'évaluation, et agents locaux. On espère qu'il permettra

d'améliorer, grâce à la recherche, l'élément communication de ces programmes, et plus précisément : a) de donner aux lecteurs une plus vive conscience de la nécessité et de l'importance de la recherche sur la communication dans les programmes d'action démographique; b) de leur faire mieux connaître les différents types de recherches sur la communication en matière de population, leur nature et leur objet; c) d'améliorer leur aptitude à planifier et à exécuter leurs recherches sur la communication afin que l'élément communication des programmes d'action démographique gagne en efficacité.

Ce manuel n'est certes pas une encyclopédie de la recherche sur la communication en matière de population. Simple introduction à cette question, il donne une vue d'ensemble des besoins en la matière constatés dans les pays en développement et présente les diverses méthodes de recherche susceptibles d'être utilisées pour y répondre.

A cette fin, on exposera dans une première section la nature de la recherche sur la communication en matière de population et ses divers types et domaines d'investigation. Dans une deuxième section, on décrira le processus de recherche lui-même, et dans les sections suivantes, on étudiera les différentes techniques de recherche pertinentes telles que : a) l'analyse documentaire, plus précisément la méthode historique, l'analyse de contenu et les recherches sur la lisibilité; b) l'étude de cas; c) les essais préliminaires du matériel d'information; d) l'enquête; e) la méthode expérimentale.

La première section, consacrée à la nature, aux divers types et aux domaines d'application de la recherche sur la communication en matière de population, est centrée sur le rôle que joue cette recherche depuis la décision politique d'exécuter un programme jusqu'aux nombreuses « micro-activités » qui constituent l'ensemble du programme. Elle traite également des divers domaines qui s'ouvrent au chercheur, déploie l'éventail des sujets précis à étudier et indique ceux dont on s'est déjà occupé ou qu'on a jusqu'ici négligés dans les pays en développement. Grâce à tous ces renseignements, le lecteur ne devrait plus avoir de doute quant à l'importance et à l'utilité des recherches en question.

La section suivante, relative au processus même de la recherche, est destinée à familiariser le lecteur avec la méthodologie recommandée. L'exposé reste assez général et porte principalement sur la démarche d'ensemble et non sur les détails du processus : ceux-ci en effet varient selon la méthode employée, voire entre deux études utilisant la même méthode. La procédure convenant à chaque méthode est décrite dans les sections consacrées à ces dernières.

Les diverses méthodes examinées comprennent celles qui ont été employées, et celles qui pourraient l'être, pour des recherches sur la communication en matière de population. On indique leur nature, leurs applications, leurs avantages et leurs inconvénients dans le contexte des pays en développement; on rappelle les principales opérations qu'elles comportent et l'on donne, le cas échéant, quelques exemples. On conçoit

qu'il n'était pas possible de décrire ici des « modes d'emploi » circonstanciés car, on l'a déjà dit, les opérations requises varient selon la méthode choisie et certaines de celles-ci ont été si rarement employées dans les pays en développement qu'il est impossible de formuler à leur sujet des conclusions fermes et vérifiées. Les concepts fondamentaux restent sans doute valables dans des milieux différents, mais les différences culturelles imposent d'adapter divers éléments ou aspects de ces méthodes.

NOTES