



Focus Group SOUNGA :

*« Une évaluation dynamique des représentations sociales portant sur les inégalités
Femmes-Hommes en République du Congo »*

Document conçu et rédigé par



Mai 2017

SOMMAIRE

I.	CONTEXTE ET JUSTIFICATION DES FOCUS GROUP SOUNGA...	3
II.	DESCRIPTION DU PROJET « FOCUS GROUP SOUNGA ».....	5
III.	OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS.....	6
IV.	CADRAGE TECHNIQUE DE L'ENQUETE.....	7
V.	TRAITEMENT ET ANALYSE DES DONNEES.....	21
VI.	CALENDRIER GLOBAL.....	23
VII.	BUDGET DE L'ENQUETE 2017.....	24

ANNEXES

1. Formulaire de collecte des informations individuelles
2. Questionnaire pour l'enquête par la méthode des quotas

INDICATIONS BIBLIOGRAPHIQUES

I. CONTEXTE ET JUSTIFICATION DES « FOCUS GROUP SOUNGA »

1.1 Contexte général de l'enquête

A l'instar de nombreux pays du monde désireux de reposer leurs politiques de développement sur des informations fiables, la République du Congo conduit de manière régulière des enquêtes nationales portant notamment, sur la structure de sa population. Ainsi, le Recensement Général de la Population (RGPH) en 2007 et l'Enquête Congolaise auprès des Ménages (ECOM) en 2012, ont permis de chiffrer la taille globale de la population, en l'estimant dès 2013, à environ 4,1 millions d'habitants. La population congolaise est concentrée en milieu urbain sur Brazzaville et Pointe-Noire (67,1%), contre 32,9% en milieu rural. Les personnes âgées de moins de 15 et les femmes représentent respectivement 40% et 52% de la population.

Le Congo est une République laïque où cependant, la religion catholique reste dominante avec près de 32,8% de fidèles, suivie du protestantisme (20,0%).

Par ailleurs, les us et coutumes demeurant en filigrane des règles républicaines (cf. existence d'un droit coutumier congolais), continuent d'être largement influencés par la culture Bantou.

La croissance économique enclenchée par le pays en 2002 après la fin de la crise militaro-politique de 97, s'est poursuivie et renforcée jusqu'en 2014 grâce aux seules revenus générés par le commerce du pétrole. La politique tout-azimut dite de « municipalisation accélérée » initiée par le Président Denis SASSOU NGUESSO, a alors permis en un peu plus d'une décennie, de doter le Congo d'infrastructures sociales de base, aussi bien en zone urbaine qu'en zone rurale. Cependant, la baisse durable des cours internationaux du baril du pétrole depuis 2013, a fortement secoué les finances du pays et démontré par la même occasion, la très grande fragilité du modèle de développement du Congo qui, entre autres, reproduit et accentue les inégalités socio-économiques.

Sur les conseils avisés d'institutions internationales ciblant l'efficacité des politiques de développement dans le monde (Banque Mondiale, FMI, BAD, PNUD, etc.), de nombreux pays africains à l'instar du Congo, victimes des insuffisances criardes de leur modèle de développement, ont entrepris de diversifier leur économie et d'accélérer la réduction des inégalités sociales. Par exemple, le PNUD estimait en 2016, qu'une réduction des inégalités femme-homme en Afrique subsaharienne pourrait générer pour l'ensemble des pays concernés, un potentiel de croissance se chiffrant 84 millions d'euros par an.

D'autres conclusions empiriques tirées d'études d'institutions et d'experts, situent très clairement les enjeux socioéconomiques de la promotion du genre, comme l'une des priorités en matière de réduction des inégalités sociales et de renouvellement des modèles de développement ciblant dorénavant, **la croissance inclusive**.

1.2 Justification de l'enquête

Les données quantitatives disponibles au Congo fournies par les enquêtes de l'administration (RGPH, ECOM, ESSIC, etc.), illustrent à souhait l'implication marginale des femmes dans l'animation de la vie de la nation et ce, malgré leur supériorité démographique par rapport aux hommes. Pis, elles représenteraient la couche de la population la plus touchée par les violences physiques et continueraient de subir de nombreuses situations discriminantes par rapport aux hommes, notamment au niveau des engagements du mariage (dot, mariage civil, etc.) ainsi qu'au cours de certains rites coutumiers (le veuvage, le lévirat, etc.).

Par ailleurs, même si les conditions d'instruction sont identiques pour les filles et les garçons à l'école, les premières sont plus exposées à l'abandon scolaires pour de nombreuses raisons pointées par les études du CRIDF (grossesses précoces, tâches familiales, etc.).

L'écart entre la réalité démographique et le fait social mettant en prise les femmes et les hommes au Congo, est révélatrice d'une forme **d'asymétrie de genre**, où la portion la plus nombreuse de la population congolaise (les femmes qui représentent 52%), joue un rôle marginal par rapport à la portion la moins nombreuse (les hommes représentant 48%).

La réduction de cette asymétrie de genre en République du Congo, présente un enjeu économique majeur, au-delà du simple enjeu éthique et moral sous lequel l'on présente généralement la question de la réduction des inégalités femme-homme. C'est pourquoi, cette démarche en faveur de la croissance inclusive, mobilise aussi bien le Gouvernement, ses partenaires au développement (AFD, PNUD, etc.) que les acteurs de la société civile congolaise.

La Fondation SOUNGA, est une association congolaise créée en 2015 dans le but de contribuer à l'amélioration des conditions des femmes et les aider à jouer un rôle, au moins aussi important que leur poids démographique. Dans ce cadre, elle a décidé depuis 2016, de conduire des études spécifiques en vue d'évaluer au niveau des mentalités, les causes profondes des inégalités femme-homme en République du Congo. La Fondation a

ainsi opté, pour une démarche participative permettant à travers des « Focus Group SOUNGA », de donner directement la parole aux populations, en espérant que les représentations collectives livrent de précieuses informations.

II. DESCRIPTION DU PROJET « FOCUS GROUP SOUNGA »

2.1 Principe des Focus Group SOUNGA

Organisés par la Fondation SOUNGA, ils permettent de recueillir des informations qualitatives susceptibles d'aider à l'interprétation des faits et constats révélés par les données quantitatives. Cette approche d'enquête qualitative, permet de créer une dynamique de discussion au sein d'un groupe de participants, face à des thèmes clés traitant de la relation de genre en République du Congo.

2.2 Fonctionnement des Focus Group SOUNGA

Il sera conduit dans chaque département du Congo, des groupes de discussion composés d'hommes et de femmes. L'outil principal de collecte de l'information sera un guide de discussion qui sera préalablement élaboré et qui contiendra, les principales questions à aborder lors des entretiens.

Les échanges permettront de recueillir au sein des groupes, des informations qualitatives du type opinions et des points de vue personnels.

Pour un bon déroulement des discussions, les participants au focus group seront réunis dans un lieu favorisant l'expression la plus libre possible, sans contraintes ni craintes. Une disposition des participants en cercle, sera choisie afin de favoriser les échanges sur une base égalitaire.

2.3 La conduite des discussions

Les échanges dans chaque focus group, se dérouleront comme suit :

- Introduction (10 minutes) : Mot de bienvenu, Présentation de la Fondation SOUNGA, explication du but de la rencontre, explication de la conduite à avoir pour un bon déroulement de la collecte, etc.
- Discussion sur le sujet (60 à 90 minutes) : Echange entre les participants
- Conclusion (10 minutes) : remerciements.

2.4 L'équipe d'encadrement des Focus Group

Les groupes de discussion sont encadrés par une équipe de 5 personnes :

- Un animateur ;
- Un observateur ;
- Un traducteur pour les langues locales ;
- Une équipe de deux (2) personnes pour les prise des contenus (audio, photo et vidéo).

III. OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS DES FOCUS GROUP SOUNGA

3.1 Objectif principal

L'objectif principal des Focus Group SOUNGA, est de mesurer l'évolution des représentations sociales portant sur les inégalités femmes-hommes en République du Congo.

3.2 Objectifs spécifiques

De façon spécifique, les Focus Group SOUNGA visent à :

- Collecter des données qualitatives auprès de différents groupes de discussion et les compléter avec d'autres sources de données quantitatives et qualitatives (informateurs clés, etc.) ;
- Etablir une cartographie des représentations sociales, qui se structurent autour des causes et des effets des inégalités femmes-hommes en République du Congo ;
- Elaborer un outil synthétique national, à partir des données d'un échantillon représentatif, en vue de résumer et d'évaluer l'évolution des représentations sociales portant sur les inégalités femmes-hommes en République du Congo ;
- Identifier les leviers d'actions susceptibles de permettre une réduction des inégalités femmes-hommes en République du Congo.

En marge de ces objectifs centraux, la Fondation SOUNGA entend favoriser l'adhésion des intéressés et impulser ainsi, une appropriation locale des idéaux de la réduction des inégalités femme-homme.

3.3 Résultats attendus

Le principal livrable de cette étude, est un rapport d'enquête relatif aux représentations sociales portant sur les inégalités femmes-hommes en République du Congo.

IV. CADRAGE TECHNIQUE DE L'ENQUETE

4.1 Cadre conceptuel général

Les représentations sociales font de plus en plus l'objet d'enquêtes sociologiques. Elles permettent l'approche du domaine symbolique et l'analyse des significations que les acteurs donnent de leur pratique (Vergès, 2001). Jodelet (1984) souligne à cet effet que : « Le concept de représentation sociale désigne une forme de connaissance spécifique, le savoir de sens commun, dont les contenus manifestent l'opération de processus génératifs et fonctionnels socialement marqués. Plus largement, il désigne une forme de pensée sociale. Les représentations sociales sont des modalités de pensée pratique orientées vers la communication, la compréhension et la maîtrise de l'environnement social, matériel et idéal. En tant que telles, elles présentent des caractères spécifiques sur le plan de l'organisation des contenus, des opérations mentales et de la logique. Le marquage social des contenus ou des processus de représentation est à référer aux conditions et aux contextes dans lesquels émergent les représentations, aux communications par lesquelles elles circulent, aux fonctions qu'elles servent dans l'interaction avec le monde et les autres ».

Selon Jean-Claude Abric (1994), la représentation sociale se structure en éléments organisateurs, stables et non négociables (formant le noyau de la représentation) autour duquel des éléments périphériques instables et négociables exercent le rôle de tampon à la réalité. C'est pourquoi, Moscovici (1961 ; 1976), distingue-t-il deux processus dans la formation et le fonctionnement des représentations sociales.

- Tout d'abord, l'objectivation qui constitue l'élaboration des connaissances relatives à l'objet social. Il s'agit d'un processus où l'individu sélectionne les informations (Déconstruction sélective), sorties de leurs contextes. Il s'approprie, ensuite, les informations en fonction de son environnement propre (cultures, normes). Ces informations sont alors ensuite « schématisées » pour former le noyau figuratif de la représentation sociale. Ces éléments ont alors un rôle plus important et plus significatif par rapport à l'objet de la représentation sociale. En se généralisant de manière collective, cette schématisation de l'objet se substitue à la réalité même de l'objet ; ceci est rendu possible, car la

représentation est cohérente et concrète. La naturalisation rend donc compte de l'utilisation de la représentation sociale dans la vie courante.

- L'ancrage qui lui, est une incorporation de ces éléments naturalisés, dans le système de connaissances et de valeurs du sujet. Il intervient en amont, en inscrivant l'objet de la représentation dans un réseau de significations afin que l'ensemble soit cohérent. En aval, l'ancrage a une valeur fonctionnelle. La représentation est donc utile pour interpréter et maîtriser son environnement. De plus, l'ancrage transcrit l'insertion sociale de la représentation et de l'individu par les groupes sociaux. « La dynamique d'une représentation fonctionne comme un tout : les processus d'objectivation et d'ancrage se combinent dans le mouvement de l'appropriation au réel, mais ils participent également à toute évolution ou transformation des représentations » (Moscovici, 1976).

Enfin, Selon Moliner (1996) un objet ne peut servir de base à une représentation sociale que s'il respecte 5 critères :

- L'objet de la représentation sociale doit être polymorphe autrement dit complexe, car chaque point de vue est subjectif et donc propre à chacun ;
- L'objet de la représentation doit être « partagé par les membres d'un groupe ». L'objet doit donner lieu à des échanges de la part de ce groupe ;
- L'objet de la représentation doit être vecteur d'enjeux, premièrement individuels puis collectifs. Lorsque l'enjeu touche à l'identité du groupe. Les individus mettent en place la survie de l'identité du groupe, en renforçant l'adéquation entre l'identité individuelle et celle du groupe, pour que le groupe existe en tant qu'entité sociale.
- Il faut qu'une dynamique soit possible. En d'autres termes, l'objet de la représentation doit avoir une valeur utilitaire (être utile) au groupe social. Il va permettre au groupe d'interagir avec d'autres, en plaçant l'objet au centre de l'interaction.
- Enfin, l'objet de la représentation doit être absent de toute orthodoxie. Autrement dit, il ne doit pas servir une idéologie, ou des systèmes scientifiques qui, d'après Moliner, « gèlent » le dynamisme de la représentation sociale. On en conclut que c'est donc en l'absence d'instances idéologiques, scientifiques, de contrôle que les représentations sociales peuvent émerger et évoluer.

4.2 Cadre opératoire de l'enquête SOUNGA

4.2.1 La revue de la littérature portant sur les études de représentation sociale portant sur les inégalités femme-homme

La littérature publique portant les représentations sociales en matière d'inégalités femme-homme n'est guère abondante, surtout sur le continent africain.

Ainsi en France, Doutre (2016) dans une étude réalisée sur l'analyse des effets des stéréotypes de genre dans les représentations sociales et les attitudes des élèves ingénieurs, souligne que « dans le domaine des activités professionnelles, nous appartenons toujours à une « catégorie », à un groupe. Ce processus de catégorisation professionnelle cache un processus de catégorisation sociale qui contribue à la construction identitaire ».

Cette dernière apparaît lorsque le jugement sur soi et les autres se fait sur l'appartenance de chacun à tel ou tel groupe social (Somat, 2009 ; Dumora, Aisenon, Cohen-Scali, & Pouyaud, 2008). Processus automatique, la catégorisation sociale est activée sans que les personnes en aient vraiment conscience et serait le résultat de la saillance des caractéristiques individuelles selon le contexte social. Cette saillance activerait alors les mécanismes des stéréotypes, notamment, des stéréotypes de genre (Bargh, 1999) [*« Ensemble des croyances d'un individu relatives aux caractéristiques ou aux attributs des femmes, ces croyances ont une fonction de rationalisation pour justifier et légitimer les différences entre les hommes et les femmes sans reposer sur un fondement objectif »*, p. 364].

Il semble que percevoir les autres sur la base de caractéristiques personnelles comme le genre, dépend de l'interaction entre certains contextes sociaux ou professionnels et ses propres buts ou motivations : être la seule femme dans un groupe d'hommes par exemple, entraîne des jugements plus stéréotypés à propos de cette femme que dans un groupe où la représentation des différentes catégories est plus équilibrée. Cet effet « Tokénisme » a été mis en évidence par Hewstone, Crisp, Contarello, Voci, Conway, Marletta, & Willis (2006) : ainsi, les catégories qui sont utilisées sont déterminées par leurs saillances particulières et par l'importance singulière qu'elles revêtent aux yeux du sujet.

L'idée qu'il existerait des différences stables et importantes entre les hommes et femmes émerge dans la littérature et s'articule sur les théories de l'identité (Tajfel, 1978 ; Tajfel & Turner, 1986 ; Kunnen & Bosma, 2006 ; Dumora et al., 2008 ; etc.).

Selon Glick et Fiske (2001), les stéréotypes négatifs vis-à-vis des femmes ont développé envers elles un préjugé ou une attitude négative de type ambivalent. Ce préjugé est formé par deux composantes clairement identifiées : **le sexisme hostile** et **le sexisme bienveillant**. Le premier correspond à la conception traditionnelle du sexisme, une

attitude négative fortement agressive vis-à-vis des femmes, alors que le second est un ensemble d'attitudes affectives inter-corrélées vis-à-vis de celles-ci. Ce sexisme bienveillant est appuyé sur les stéréotypes de genre, et amène les hommes à considérer que les femmes sont fragiles et sensibles, qu'elles sont peureuses et ont besoin des hommes pour les protéger. Par contre, le sexisme hostile se développe lorsque les femmes sont en compétition avec les hommes et deviennent menaçantes pour leurs statuts de dominants.

4.2.2 La problématique de l'enquête

Les inégalités femme-homme en République du Congo sont très prononcées dans la quasi-totalité des secteurs qui participent à l'animation de la vie de la Nation (Gouvernement, administration, Gouvernance d'entreprise, etc.). En effet, les statistiques les plus récentes¹, laissent déduire que la majorité démographique des femmes aurait suffi à les voir jouer un rôle tout au moins aussi important que celui que les hommes jouent, tant dans le secteur public que dans le secteur privé.

Les causes profondes de ces inégalités restent encore à élucider de manière très objective, en faisant participer les populations concernées elles-mêmes à l'analyse des problèmes et aux choix des solutions. Une enquête conduite par la Fondation Sounga en 2016, sur un échantillon de 117 femmes a d'ailleurs permis de relever que 52% d'entre elles ont estimé, se sentir en marge du développement. Pour 60% parmi ces dernières, cette marginalisation s'expliquerait par le fait que les hommes se perçoivent comme étant supérieurs aux femmes.

Il s'avère nécessaire de poursuivre les travaux de la Fondation Sounga, dans le sens de l'établissement d'une cartographie cognitive fiable, des schémas mentaux individuels et collectifs qui continuent d'enserrer les inégalités femme-homme en République du Congo, malgré la conception et la mise en œuvre de politiques publiques vigoureuses depuis plus d'une décennie. L'idée poursuivie par la Fondation Sounga est de savoir dans quelle mesure, les discours des populations concernées permettent de mettre en exergue les éléments structurants expliquant la persistance des inégalités femme-homme en République du Congo.

¹ CNSEE, Enquête Congolaise auprès des Ménages, 2012

4.2.3 Les hypothèses de l'étude des représentations sociales portant sur les inégalités femme-homme en République du Congo

Dans le cadre de cette enquête de la Fondation Sounga, nous postulons que les rapports femme-homme en République du Congo, sont caractérisés par une « hiérarchie sociale » partagée et entretenue, forgée par les croyances et se traduisant des stéréotypes de genre (H1). Ainsi, l'effet « tokenisme » devrait malgré tout se manifester dans un groupe d'individus composé majoritairement des femmes en raison de l'ancrage des populations dans leurs croyances (H2). Enfin, nous pouvons aussi postuler que la catégorie socioprofessionnelle des individus (salariée, chômeur, travailleur pour compte propre, etc.) n'influence pas les stéréotypes de genre, si bien que les représentations au sujet des rapports femme-homme devraient être les mêmes, autant pour les personnes instruites que pour les non-instruits (H3). Si cette dernière hypothèse est vérifiée, l'on pourrait noter différentes catégories de « sociolectes » se manifestant chez les populations, pour décrire les mêmes stéréotypes de genre.

Pour finir, la vérification de toutes les hypothèses chez les adultes (18 ans et plus), devraient se traduire chez les jeunes garçons et filles, par un phénomène de réplication des mêmes schémas mentaux et comportementaux, par le biais de l'éducation non formelle.

Variables indépendantes	Variables dépendantes
<ul style="list-style-type: none">▪ Sexe (féminin versus masculin)▪ Composition des groupes (homogène versus hétérogène)▪ Milieu de vie (zone urbaine, zone rurale)	<ul style="list-style-type: none">▪ Mots favorables versus défavorables à la femme▪ Stéréotype de genre

4.2.4 L'utilisation de la Recherche-Action-Participative au cours des Focus Group SOUNGA

Pour la conduite des Focus Group SOUNGA, la méthode de recherche sera fondée sur la Recherche-Action-Participative² (RAP), par laquelle les cibles seront appelées à engager dans une dynamique collective et interactive de dialogue et de réflexion portant sur la problématique des inégalités femmes-hommes au Congo ainsi que sur les moyens de réduire lesdites inégalités.

Cette méthodologie s'appuie sur un processus prenant en compte les avis de tous les participants. Sa mise en œuvre permet l'établissement par les acteurs de la situation, d'une analyse partagée et soutenue par tous, afin de servir de base à la recherche

² Gaventa, 1988

participative de solutions consensuelles, aux inégalités. De cette manière, toutes les formes de distance horizontale (entre groupes socioprofessionnels) et verticales (entre la population, les autorités locales, régionales et nationales) sont réduites.

La RAP est une méthode par laquelle la séparation entre la position du chercheur et l'objet social de la recherche, n'existe plus, dans la mesure où les participants ont l'opportunité de prendre un rôle (voir le contrôle), dans la définition des actions qui auront des effets directs sur leur univers, leur environnement social ou leur organisation. Dans ce processus de remise en question (et d'appropriation des responsabilités « empowerment »), « la recherche n'est pas considérée uniquement comme un processus de création de savoirs, mais simultanément, comme un processus d'éducation et de développement de conscience et de mobilisation pour l'action ». Les sujets participants (les acteurs) sont considérés dans ce processus comme des **co-chercheurs** et **pas seulement comme des partenaires** d'un processus de création de savoirs pour l'action.

En sommes, la RAP se présente comme un puissant outil de diagnostic et de construction de solutions, pouvant permettre de réduire efficacement les inégalités femmes-hommes en République du Congo.

4.3 L'organisation des Focus Groups SOUNGA

4.3.1 Les localités ciblées

La Fondation SOUNGA organisera pour les besoins de son enquête portant sur les représentations sociales en matière d'inégalités femme-homme, des focus groups dans les douze (12) départements que compte la République du Congo. Les chefs-lieux de département sont retenus comme lieu de réalisation des discussions, pour raison administratives. Les données du dernier recensement de la population en 2007, a permis de relever les chiffres suivants pour les femmes et les hommes de plus de 18 ans.

N°	Départements	Chefs-lieux de département	Population (RGPH 2007)		
			Total	Hommes	Femmes
1	BOUENZA	Nkayi	71 620	35 062	36 558
2	BRAZZAVILLE	Brazzaville	1 373 382	677 599	695 783
3	CUVETTE	Owando	40 174	19 743	20 431
4	CUVETTE-OUEST	Ewo	20 195	9 667	10 528
5	NIARI	Dolisie	83 798	41 303	42 495
6	PLATEAUX	Djambala	17 265	8 427	8 838
7	POINTE-NOIRE	Pointe-Noire	715 334	358 215	357 119
8	POOL	Kinkala	34 608	16 411	18 197
9	KOUILOU	Hinda	32 995	16 833	16 162
10	LEKOUMOU	Sibiti	46 608	22 206	24 402

11	LIKOUALA	Impfondo	47 951	24 325	23 626
12	SANGHA	Ouessou	28 179	14 040	14 139
TOTAL			2 512 109	1 243 831	1 268 278

4.3.2 *La composition des Focus Group SOUNGA*

Dans l'ensemble des localités ciblées, les groupes de discussion seront composés en référence à la structure démographique du Congo et au poids des localités, à chaque fois, raison de 52% de femmes et de 48%, sélectionnés pour 50% d'entre eux, de manière aléatoire.

L'échantillonnage des Focus Group SOUNGA, portera sur une population de 500 personnes. Il se présente alors comme suit :

N°	Départements	Chefs-lieux de département	Total (a)	Poids total (b)	Taille de l'échantillon	Nombre de femmes (52%)	Nombre d'hommes (48%)
1	BOUENZA	Nkayi	71 620	0,028	14	8	7
2	BRAZZAVILLE	Brazzaville	1 373 382	0,546	273	142	131
3	CUVETTE	Owando	40 174	0,0159	8	5	3
4	CUVETTE-OUEST	Ewo	20 195	0,008	4	3	1
5	NIARI	Dolisie	83 798	0,033	16	9	7
6	PLATEAUX	Djambala	17 265	0,006	4	3	1
7	POINTE-NOIRE	Pointe-Noire	715 334	0,285	142	74	68
8	POOL	Kinkala	34 608	0,0137	7	4	3
9	KOUILOU	Hinda	32 995	0,0131	7	4	3
10	LEKOUMOU	Sibiti	46 608	0,0185	10	6	4
11	LIKOUALA	Impfondo	47 951	0,0190	10	6	4
12	SANGHA	Ouessou	28 179	0,011	5	3	2
TOTAL			2 512 109	100	500	260	240

4.3.3 *Le recrutement des participants au Focus Group SOUNGA*

Le profil des participants renforcera le caractère scientifique de l'enquête Focus Groups SOUNGA. Ainsi, les groupes de discussion seront composés en s'inspirant de la structure des groupes-socioéconomiques (GSE) de la population congolaise, telle que révélée par les enquêtes successives réalisées auprès des ménages en 2005 et en 2011.

Il s'agit de coopter des personnes :

- salarié(e) du public ;
- salarié(e) du privé ;
- employeurs/employeuse ;

- travailleur/Travailleuse pour compte propre agricole ;
- travailleur/Travailleuse pour compte propre non agricole ;
- autres employés ;
- sans emplois.

Dans chaque localité ciblée, les autorisations nécessaires seront sollicitées auprès des autorités administratives et coutumières, afin de procéder à la cooptation des participants. Il sera impératif à cet effet, de confirmer aux participants retenus (par courrier, email ou par tout autre moyen), les précisions portant sur :

- les mandataires de l'étude, ses objectifs ;
- la méthode d'entretien en groupe ;
- l'assurance du respect de l'anonymat au cours de l'exploitation des données ;
- la description globale du thème qui sera abordé ;
- les modalités pratiques des réunions (lieu, date et horaire).

Chaque participant sera contacter personnellement, quelques jours avant la date de réunion afin de s'assurer de leur présence et de répondre à d'éventuelles questions.

4.3.4 La conduite des groupes de discussion

4.3.4.1 le guide du questionnaire qualitatif

Les Focus Group SOUNGA se dérouleront sur la base de questions ouvertes portant sur les thèmes centraux suivants :

	Thèmes	Questions
I	Rapport femme-homme et croyances	1. Croyez-vous que l'homme et la femme soient égaux ? 2. Quels sont selon vous, les lois qui gouvernent les rapports femme-homme ?
II	Rapport femme-homme en milieu familial	3. En famille, comment se répartissent les tâches entre l'homme et la femme ? 4. Qui est le chef de famille ? 5. Quelles sont les principales responsabilités du chef de famille ?
III	Rapport femme-homme dans les activités professionnelles	6. L'homme et la femme peuvent-ils exercer les mêmes activités professionnelles ? 7. Une femme peut-elle diriger des hommes en milieu professionnel ?
IV	Egalité femme-homme et développement	8. Pour vous, qu'est-ce que c'est que le développement d'une famille ? 9. Pour vous qu'est-ce que c'est que le développement d'une activité professionnelle ? 10. Pour vous qu'est-ce que c'est que le développement d'un

		pays ? 11. Quel rôle l'homme et la femme doivent-ils jouer chacun dans le développement d'une famille, d'une entreprise et d'un pays ?
V	Solutions pour la réduction des inégalités	12. Que faire pour que l'homme et la femme participent efficacement au développement d'une famille, d'une entreprise et d'un pays ?

Les questions centrales seront encadrées par les questions introductive et finale ci-après :

- Que comprenez-vous par « rapport femme-homme » ?
- Quelqu'un a-t-il quelque chose à ajouter ?

Les focus Group SOUNGA se dérouleront en trois temps, sur la base des mêmes effectifs et des mêmes questions, afin de noter le caractère stable ou variant des discours individuels et collectifs :

- ⇒ Premier temps : Discussions avec les femmes
- ⇒ Deuxième temps : Discussions avec les hommes
- ⇒ Troisième temps : Discussions avec les femmes et les hommes.

La structure des focus groups SOUNGA se présente donc ainsi qu'il suit :

Parties	Cibles	Durée
Premier temps	Femmes	1 heure
Deuxième temps	Hommes	1 heure
Troisième temps	Femmes & hommes	1 heure et 30 min

Durant les échanges, l'équipe d'encadrement s'attachera à exploiter la technique de la « foire de négociations », qui est une technique d'animation et d'analyse servant à déterminer ce que les acteurs attendent les uns des autres et négocier des ententes susceptibles de rencontrer de telles attentes. Les points de vue exprimés seront alors débattus afin d'éprouver les discours individuels et collectifs. Cette approche permettra enfin dans la dernière partie de chaque discussion de groupe, de penser le système, en procédant à une analyse des domaines et leurs variantes et proposer les solutions en faveur de la réduction des inégalités femmes-hommes au Congo.

4.3.4.2 Les rôles des membres de l'équipe d'encadrement durant les Focus Group

La qualité des données recueillies par la méthode des focus group SOUNGA, dépendra des échanges que le modérateur réussira à développer entre les différents participants, ainsi que des réalités que l'observateur aura saisies pendant la dynamique des échanges.

Le modérateur et l'observateur devront de manière générale, exploiter la dynamique de groupe en amenant tous les participants à s'exprimer et en dirigeant les débats en fonction du scénario. Les rôles respectifs du modérateur et de l'observateur durant les focus group SOUNGA sont les suivants :

→ **Rôle du modérateur**

- Préparation mentale : la modération demande concentration et écoute active. Le modérateur doit être détendu et limiter la pression et le stress pour pouvoir donner toute son attention au groupe. Il doit savoir se contrôler (se taire, écouter, ne pas exprimer son point de vue personnel).
- Mémoriser si possible les grandes lignes du scénario. Éviter de regarder ses notes, garder un contact visuel quasi permanent avec le groupe.
- Écouter et réfléchir en même temps (timing respecté, questions à ajouter, approfondir sur une intervention intéressante)
- Être flexible et modifier si besoin l'ordre des questions à la dernière minute pour mieux s'adapter aux interventions des participants.
- Lors de l'apparition d'idées inattendues, ne pas hésiter à demander confirmation aux participants puis ajouter des questions nouvelles dans les prochains focus groups ou demander ce qu'ils pensent de cette idée.

⇒ **Rôle de l'observateur**

- Accueillir les participants :

- Il doit accueillir les participants, s'occuper de distribuer à tous un rafraîchissement avant de démarrer la séance, instaurer une ambiance chaleureuse, préparer des chevalets si nécessaire.
- L'observateur doit s'asseoir en retrait du cercle, en face du modérateur et près de la porte. Il doit accueillir les éventuels retardataires et leur expliquer le contexte en dehors de la pièce puis les leur indiquer leur place dans le cercle.

- Prendre des notes :

Prendre des notes pendant toute la discussion, ces notes vont servir de trame pour la retranscription des enregistrements. Il faut prendre soin de :

- Noter des « phrases clés » et le plus de notes possible (les idées, commentaires ou réactions de l'observateur doivent être notées entre parenthèses pour éviter toute confusion).
- Noter l'ordre des interventions des participants
- Relever les messages non verbaux des participants (attitudes, expressions, intérêt pour la discussion)
- Faire un dessin du cercle en indiquant la position de chaque participant

- Noter des questions au fur et à mesure des discussions qui méritent d'être clarifiées à la fin où l'observateur aura la parole.

- Rester neutre : L'observateur ne doit pas participer aux discussions, il ne doit pas non plus montrer de signes indiquant qu'il est d'accord ou pas avec la discussion en cours.

- Faire préciser des questions non clarifiées : Il peut faire préciser ou clarifier en fin de séance des remarques non comprises ou poser des questions pertinentes.

- Résumer les discussions à la fin pour la validation : Il doit participer au résumé des principales réponses données aux questions, en fin de séance, avant de demander aux participants s'il y a autre chose à ajouter.

- Gérer les questionnaires quantitatifs (voir annexe 1) :

Remettre les questionnaires quantitatifs anonymes pour recueillir les caractéristiques des participants en fin ou début de séance et éventuellement les aider à remplir avant de les ramasser.

4.3.4.3 La logistique des Focus Group

Les Focus Group auront lieu dans chaque localité, dans des endroits neutres, agréables et conviviaux, dans une atmosphère détendue et peu bruyante. Le lieu de réunion devra être choisi de manière à être facilement accessible à la population ciblée. La discussion auront lieu autour d'une table (pas trop grande) pour stimuler la discussion car les individus doivent se voir les uns les autres et placés sur un pied d'égalité.

N°	Départements	Chefs-lieux de département	Lieu du Focus Group	Effectif	Durée en jours
1	BOUENZA	Nkayi	Nkayi	14	1
2	BRAZZAVILLE	Brazzaville	Ouenze	20	1
			Poto-poto	50	2
			Talangai	12	1
			Moungali	50	2
			Mfilou	20	1
			Madibou	10	1
			Bacongo	50	2
			Makélékélé	50	2
			Djiri	11	2
		S/Total	273	14	
3	CUVETTE	Owando	Owando	8	1
4	CUVETTE-OUEST	Ewo	Ewo	4	1
5	NIARI	Dolisie	Dolisie	16	1

6	PLATEAUX	Djambala	Djambala	4	1
7	POINTE-NOIRE	Pointe-Noire	Tié-Tié	50	2
			Lumumba	50	2
			Mvoumvou	12	1
			Loandjili	10	1
			Mongo-Poukou	10	1
			Ngoyo	10	1
			S/Total	142	9
8	POOL	Kinkala	Kinkala	7	1
9	KOUILOU	Hinda	Hinda	7	1
10	LEKOUMOU	Sibiti	Sibiti	10	1
11	LIKOUALA	Impfondo	Impfondo	10	1
12	SANGHA	Ouessou	Ouessou	5	1
TOTAL				500	33

4.3.4.4 Le débriefing de l'équipe d'encadrement après les Focus Group

Un débriefing entre les membres de l'équipe d'encadrement doit se tenir après chaque focus group. Il vise notamment à permettre au modérateur et à l'observateur, de faire une synthèse/analyse rapide après la fin de chaque séance, en donnant leurs réactions « à chaud », sur les difficultés rencontrées lors de la discussion. Cela permet d'adapter éventuellement certaines questions du guide d'entretien ou leur ordre pour le focus groupe suivant si besoin. C'est un avantage d'enregistrer cette réunion à la suite de l'enregistrement du focus groupe pour pouvoir consulter facilement son contenu lors de la transcription et de l'analyse. Il sera alors important de :

- Consigner les thèmes et les idées exprimés, les plus importants ;
- Noter les citations retenues les plus importantes et caractéristiques ;
- Noter les trouvailles inattendues ou non anticipées ;
- Comparer ce Focus Group avec d'autres ou avec ce qu'on en attendait ;
- Noter les dysfonctionnements éventuels ;
- Indiquer le plus de nuances possible (souligner ou en gras si dit avec conviction, indiquer si ironie évidente ou indignation, colère, hésitation, etc.)
- Noter aussi le non verbal : rires, soupires, pauses, silences, etc. ce qui aide à comprendre le sens du texte ;
- En cas de difficulté se référer aux notes et vérifier avec l'équipe d'animation si persistance de l'incertitude.

Le compte-rendu des débriefings est élaboré par l'observateur.

4.4 les enquêtes complémentaires aux Focus Group SOUNGA

4.4.1 les entretiens avec des informateurs clés

Il s'agit ici de collecter les informations auprès des autorités locales ou des responsables des administrations locales, qui renseigneront sur les causes perçues des inégalités et les actions publiques initiées pour réduire les inégalités femme-homme en République du Congo.

Les principales administrations ciblées sont :

- ⇒ La préfecture/sous-préfecture ;
- ⇒ Le conseil départemental ;
- ⇒ Les directions départementales de la promotion et de l'intégration de la femme au développement ;
- ⇒ Les directions départementales de la fonction publique ;
- ⇒ Les directions départementales en charge du secteur privé ;
- ⇒ Les directions départementales en charge de la culture ;
- ⇒ Les directions départementales des droits de l'Homme.

4.4.2 Enquête par la méthode des quotas

L'enquête qualitative conduite par la méthode des Focus Group, sera complétée par une enquête par la méthode de quotas sur un échantillon de mille (1000) individus. Ceci permettra en effet de recouper, de confirmer et de renforcer certaines conclusions obtenues à l'issue de l'analyse du discours.

L'échantillon est réparti sur les douze (12) départements selon le poids de chaque département et cette réalité démographique qui constate qu'il y'a 52% de femmes contre 48% d'hommes.

N°	Départements	Chefs-lieux de département	Population (RGPH 2007)			Echantillon à interroger		
			Total	Hommes	Femmes	Total	Hommes	Femmes
1	BOUENZA	Nkayi	71 620	35 062	36 558	29	14	15
2	BRAZZAVILLE	Brazzaville	1 373 382	677 599	695 783	546	268	278
3	CUVETTE	Owando	40 174	19 743	20 431	16	8	8
4	CUVETTE-OUEST	Ewo	20 195	9 667	10 528	8	4	4
5	NIARI	Dolisie	83 798	41 303	42 495	33	16	17
6	PLATEAUX	Djambala	17 265	8 427	8 838	7	3	4
7	POINTE-NOIRE	Pointe-Noire	715 334	358 215	357 119	285	143	142
8	POOL	Kinkala	34 608	16 411	18 197	14	6	8
9	KOUILOU	Hinda	32 995	16 833	16 162	13	7	6
10	LEKOU MOU	Sibiti	46 608	22 206	24 402	19	9	10
11	LIKOUALA	Impfondo	47 951	24 325	23 626	19	10	9

12	SANGHA	Ouesso	28 179	14 040	14 139	11	5	6
TOTAL			2 512 109	1 243 831	1 268 278	1000	493	507

Le questionnaire de cette enquête par la méthode des quotas, sera administré dans les localités cibles, à chaque fois que se tiennent concomitamment les séances de focus group.

L'équipe de conduite de cette partie de l'enquête, sera constituée de :

- 10 agents de collecte des données de terrain, à raison de 1 agent pour 100 enquêtés ;
- 2 opérateurs de saisie des données statistiques ;
- 2 analystes-statisticiens.

4.5 la prise de contenus multimédia

Pendant le déroulement de l'enquête, une équipe multimédia s'attachera à consigner les contenus photo, audio et vidéo se rapportant à l'enquête, afin de restituer et de consigner de manière fidèle, le contexte des échanges et de la collecte des données. Dans cette optique, les autorisations individuelles et administratives seront expressément sollicitées auprès des différentes cibles.

Un reportage sera par la suite produit et réalisé par la Fondation SOUNGA grâce aux contenus collectés, afin de sensibiliser le grand public relativement aux travaux effectués et les conclusions y rattachées.

Le matériel de prise des contenus multimédia, sera composé des équipements suivants :

Rubriques	Matériels
Photo	Canon EOS 5D Mark 4
Audio	Enregistreur de son - Type ZOMM H6
	Microphone perche - Type K6
	1 kit de microphone cravate HF
	Logiciel Audacity
Vidéo	Caméra Canon XH A1 1.67MP 3CCD
	Projecteur 600 - light panel

V. TRAITEMENT ET ANALYSE DES DONNEES

5.1 La transcription et la traduction des discussions enregistrées

Le recueil des données repose sur l'enregistrement des discussions et la retranscription verbatim est fondamentale pour assurer la validité et la richesse des résultats. Dans cette optique :

- L'exploitation des données sera strictement anonyme. La transcription permettra ainsi de coder les différents participants tout le long de la discussion ;
- Les enregistrements sont retranscrits dans leur intégralité (mot à mot ou verbatim) de manière à respecter l'expression des sujets ;
- Il sera nécessaire d'indiquer le changement personne (se baser sur les notes pour l'ordre de prise de parole et la présentation des personnes au début de la discussion en respectant le codage des participants).
- Rester le plus fidèle possible dans la transcription.

Le rapprochement entre la récurrence des mots utilisés dans les langues locales, pour décrire une même réalité, permettra d'arrêter d'aboutir à des contenus traduits. Il sera dès lors possible d'établir une correspondance entre les sociolectes spécialisés ou non, se rapportant à la thématique du genre et aux rapports femme-homme.

5.2 Logiciels d'exploitation des données de l'enquête

Les données collectées aussi par la méthode des Focus Groups SOUNGA que par les quotas, seront traitées grâce aux logiciels spécialisés Sphinx Lexica et SPSS :

Logiciels	Utilité dans le traitement et l'analyse des données	Editeurs
Sphinx IQ	Analyse sémantique et des données textuelles	Le Sphinx http://www.lesphinx-developpement.fr
CSPRO 6.3	Création de masques de saisie	http://www.csprouters.org/
SPSS	Analyse des données quantitatives	IBM Analytics www.ibm.com

5.3 Le traitement des données discursives

Les données issue des discussions de groupe seront enregistrées, transcrite et saisies. En plus de la transcription, il sera demandé aux animateurs de focus group SOUNGA de remplir une fiche de description du contexte de la tenue ou du déroulement des discussions de groupe. Ces informations seront codifiées par catégorie selon des thèmes

principaux. Les codes seront développés suivant les objectifs et les attentes de l'étude. Les données seront par la suite analysées selon leur contenu, grâce au logiciel Sphinx IQ. Toutes les réponses à une même question seront mises ensemble et classées selon les codes développés et par thème.

Les données de l'enquête par quotas seront saisies sur un masque de saisie conçu sous le logiciel CSPRO 6.3 puis traitées et exportées sur les logiciels Excel et SPSS pour le calcul des indicateurs et les productions des tableaux d'analyse. Ces indicateurs quantitatifs et tableaux serviront à renseigner sur la situation des inégalités femme-homme en République du Congo.

5.4 L'analyse des données discursives traitées

L'exploitation des logiciels acquis, permettra de conduire des analyses très poussées, susceptible de déboucher sur :

- **La génération de l'arbre des problèmes**, afin de comprendre les causes et les effets relatifs aux inégalités femmes-hommes en République du Congo ;
- **L'identification de champs de forces**, permettant de comprendre les facteurs qui contribuent à maintenir les inégalités et ceux qui en atténuent la portée, qu'il s'agisse d'un problème, d'une activité ou d'un projet ;
- **La génération de la roue socratique**, dont l'utilité sera de comparer et de visualiser une série d'éléments ou d'alternatives (*objectifs, opinions, profils de compétences, styles de leadership, produits, activités, etc.*) en leur attribuant des valeurs numériques basées sur un ou plusieurs critères.

5.5 La présentation des résultats

Les résultats des enquêtes seront présentés dans un rapport spécifique qui s'attachera principalement d'une part, à présenter la cartographie des représentations sociales, se structurant autour des causes et des effets des inégalités femmes-hommes en République du Congo et d'autre part, à identifier les leviers d'actions susceptibles de permettre une réduction des inégalités femmes-hommes en République du Congo.

VI. CALENDRIER GLOBAL

L'enquête par la conduite des Focus Group SOUNGA, s'étendra sur une période de 90 jours, s'articulant comme suit :

N°	Étapes	Durée en jours
1	élaboration des outils de collecte (questionnaire et manuels du personnel de terrain) pour servir à la collecte des données.	10
2	Recrutement et formation du personnel de terrain (équipe d'encadrement) pour réaliser la collecte de données ;	5
3	Réalisation des Focus Group	33
	Collecte des données de terrain par l'enquête par les quotas	
4	Centralisation, contrôle et saisie des données ;	20
	Traitement des données, calcul des indicateurs et production des tableaux d'analyse	
6	Analyse des données	12
7	Rédaction du rapport d'analyse.	10
TOTAL		90

INDICATIONS BIBLIOGRAPHIQUES

Aubel, J. (1994). *Guide pour des études utilisant les discussions de groupe*. Genève : Bureau international du travail.

Bourdieu, P. (1998). *La domination masculine*. Paris : Seuil.

Boutin, G. (2007). *L'entretien de groupe en recherche et formation*. Montréal : Éditions nouvelles.

Christophe Evans (2011). *La méthode des Focus Group*. Bibliothèque Centre Pompidou

Danièle Sassou Nguesso, (2016). *Genre et développement en République du Congo : promouvoir l'égalité homme-femme au profit de la croissance*. Harmattan Congo-Brazzaville.

Élisabeth Doutre, « *Inégalités et discrimination en Recherche & Développement : analyse de l'effet des stéréotypes de genre dans les représentations sociales et les attitudes des élèves ingénieurs* », *L'orientation scolaire et professionnelle* [En ligne], 41/1 | 2012, mis en ligne le 07 mars 2015, consulté le 09 septembre 2016. URL : <http://osp.revues.org/3740> ; DOI : 10.4000/osp.3740

Gabriel, S., & Gardner, W. L. (1999). Are there "His" And "Hers" Types of interdependence? The implications of gender differences in collective versus relational interdependence for affect, behavior, and cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(3), 642-655.

Glick, P., & Fiske, S. T. (2001). Ambivalent Sexism. In M.P. Zanna (Ed.). *Advance in Experimental Social Psychology* (pp. 2001-2041). San Diego: Academic Press.

Py Bernard. Pour une approche linguistique des représentations sociales. In: *Langages*, 38^e année, n°154, 2004. Représentations métalinguistiques ordinaires et discours. pp. 6-19; doi : 10.3406/lgge.2004.943
http://www.persee.fr/doc/lgge_0458-726x_2004_num_38_154_943

Tajfel, H. (1978). The psychological structure of intergroup relations. In H. Tajfel (Ed.), *Humangroups and social categories* (pp. 35-75). Cambridge: Cambridge University.

Vergès, P. (1994). Approche du noyau central, propriétés quantitatives et structurales, In C.Guimelli, *Structure et transformations des représentations sociales*. Paris : Delachaux & Niestlé, pp. 233-353.