

UNIVERSITE DU BURUNDI

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET DE GESTION

MASTER II

**SYLABUS DU COURS M₂ S₃ (TRONC
COMMUN): METHODOLOGIE DE
RECHERCHE**

Par

Prof Dr NDAYITWAYEKO Willy-Marcel

Bujumbura, Juin, 2024

TABLE DE MATIERES

AVANT PROPOS	iv
INTRODUCTION GENERALE	1
CHAPITRE I : LA NOTION DE SCIENCE.	2
I.1. Introduction	2
Section I : Les règles de la science :	3
CHAPITRE II : LA SCIENCE, SES METHODES ET SES IMPERATIFS :	7
Section 1. : La méthode	7
Section 2 : Les impératives de la science	8
CHAPITRE III : LA CONNAISSANCE ECONOMIQUE ET LE METHODE DE TRAVAIL SCIENTIFIQUE.	10
Section I : Les méthodes orthodoxes : « elles sont aux nombre de sept ».	10
§.1. La méthode inductive à posteriori	10
§.2. La méthode déductive à priori :	10
§.3. La méthode analytique : contraire de l'analyse...)	10
§.4. La méthode systématique :	10
§.5. L'observation :	11
§.6. L'expérimentation :	11
§.7. L'infirmité:	11
Section II : Les méthodes hétérodoxes :.....	11
§.1. Thomas S. Kuhn et la méthodologie de révolution scientifique :	11
§.2. Imme LAKATOS et la méthodologie de programme de recherche scientifique :.....	12
§.3. La critique de FEYRABAND :.....	12
Conclusion du chapitre :	12
CHAPITRE IV : ANALYSE EPISTEMOLOGIQUE ET QUELQUES PARADIGMES DE LA CONNAISSANCE ECONOMIQUE	13
Section I : L'idée de nature dans la pensée économique libérale.	13
Section II : Les concepts de besoin et la rationalité en économie :.....	14
Conclusion du chapitre :	14
CHAPITRE V. LES METHODES D'ENQUETE	15
Section 1. L'entretien	15
§.1. L'entretien non-directif	15
§.2 . L'entretien semi-directif	16

§.3. Les biais cognitifs	19
§.4. Les biais motivationnels	20
§.5. Le biais de désirabilité sociale	21
Section 2. <i>Pré-test</i>	21
Section 3. L'analyse des données	27
§.1. L'analyse des entretiens	27
§.2. Les analyses thématiques	27
§.3. Les analyses formelles	28
§.4. Les analyses structurales.....	28
§.5. L'analyse des questionnaires.....	28
Section 4. D'autres méthodes de recherche	34
§.1. Les méthodes autres d'entretien	34
§.1.1. Les entretiens de groupe et le « focus group »	34
§.1.2. L'entretien centré.....	35
§.2. Les méthodes autres que l'enquête	35
§.2.1. L'observation directe	35
§.2.2. L'expérimentation.....	36
§.2.3. Les études de traces	36
§.2.4. Le sondage	36
Section 5. Le choix de la méthode.....	37
CONCLUSION GENERALE :	41
RESSOURCES PERTINENTES	42

AVANT PROPOS

Ce cours est centré les théories et démarche méthodologique de recherche. Il offre des outils et des concepts de recherche à l'étudiant de mastère 2. A part que le cours commence par l'exposé des théories et définition des concepts de méthodologie de recherche, il prépare l'étudiant de mastère de bien s'engager dans la recherche en suivant un bon canevas et protocole de recherche connu dans la région de l'Afrique de l'Est et du Grand Lac. Les techniques d'appréhender les enquêtes et la planification établie pour mesurer la sécurité alimentaire seront les points saillants à comprendre.

Le cours expose aussi les différentes démarches pour écrire un papier de recherche car nous présumons qu'un des critères pour valider le mémoire d'un étudiant est qu'il est possible de publier au moins un article avant la défense de son travail de recherche ou mémoire. Etant donné que nous avons deux filières de mastère, nous allons essayer de satisfaire les étudiants de filière économie politique dont les démarches de recherche nécessite tant de données secondaires que les données primaires, mais aussi les étudiants d'économie rurale nécessitant les démarches méthodologiques des enquêtes.

1. Objectif global

Le cours a le but d'inculquer aux étudiants les connaissances sur (i) les dimensions des concepts de développement et de pauvre, (ii) le rôle du marché et du cadre institutionnel (gouvernance) et (iii) les méthodologies et mesures utilisées dans le développement économique et la pauvreté. Le cours va graviter sur les questions de croissance économique, inégalité et pauvreté.

2. Objectifs du cours

Après ce cours, l'étudiant sera capable de :

- Appréhender les différents concepts de la méthodologie de recherche,
- Comprendre comment formuler la problématique de la recherche,
- Rédiger un mémoire en suivant le canevas préétabli,
- Etre capable de produire un papier scientifique,

3. Composantes du contenu du cours

Le cours a trois composantes :

- Compréhension des notions et théories de la méthodologie de recherche,
- Enquête et planification sur les interventions alimentaires
- Mémoire et son canevas,
- Rédaction d'un papier de recherche

4. Evaluation de la performance

- Devoirs (dont un est de composer projet de recherche du chapitre 1 au chapitre 3) : 20%
- Test : 30%
- Examen : 50%

5. Bibliographie

Une documentation tant française qu'anglaise sera visitée. Je présente ici une liste non exhaustive :

- Notes de cours sur l'analyse de recherche qualitative et quantitative (en français),
- Manual de nutrition pour intervention alimentaire, Chap X sur les enquêtes et planification
- Le livre de Kothari (en anglais),
- Writing Research proposal and report by Oso et Onen,
- Proposal et Thesis Writing by Kombo and Tromb, et
- Plusieurs notes que le professeur va partager avec les étudiants.

INTRODUCTION GENERALE

Méthodologie : étude de la méthode de sciences. L'économie a mis longtemps à se construire autant que science. Certaines ; les penseurs grecs parlent bien d'économie mais en instances différentes d'un à autre. L'étymologie du terme économie dérive de deux modes grecques : la 1^{ère} « **Oikos** » que signifie maison, et le 2^{ème} « **nomos** » que signifie principales règles de lois.

L'économie est donc conçue essentiellement comme l'administration de la maison. Durant le moyen âge ; l'économie reste largement subordonnée à la morale.

A la renaissance on assiste au phénomène d'accumulation de richesse au prétexte que la richesse est nécessaire au pouvoir des nations. A la fin de XVIII siècle les physiocrates seront à l'origine de « l'ordre naturel », selon eux il faut découvrir les lois naturelles qui régissent toutes les sociétés.

Sur la même pensée **Adams Smith** « la main invisible » ; Malthus « la loi de la population », Jean Baptiste Say « loi de débouché » fondent l'économie politique classique. Ce développement analytique se poursuit jusqu'à nos jours et se manifeste actuellement par l'élaboration de nouveaux instruments d'analyse qui font appel de plus en plus à la formalisation mathématique (économétrie et la modalisation).

La question qu'on se pose à ce niveau : l'économie est-elle une science ?

- **Qu'est-ce que une science ?** La science selon une définition généralement acceptée ; « c'est la connaissance exacte, universelle et vérifiable exprimée par des lois ». Il s'agit d'une interprétation de la réalité cherchant à découvrir des lois objectives.

Explication :

Le scientifique est amené à élaborer une théorie.

- **Qu'est-ce que une théorie ?** C'est un ensemble d'idées de concepts abstraits appliqués à un domaine particulier. Plus précisément la théorie est un ensemble de définitions et hypothèses. Par la suite le scientifique va procéder à des déductions. Ces dernières seront confrontées avec le fait (expérimentation) ce qui peut conduire à deux aboutissements : soit la théorie n'est pas infirmée par le fait ce qui conduit à l'acceptation provisoire ; soit elle est infirmée c'est ce qui va conduire à son rejet et à la modification des hypothèses.

CHAPITRE I : LA NOTION DE SCIENCE.

I.1. Introduction

Dans l'antiquité épistémè (science) est la connaissance universelle et nécessaire que repousse sur des principes logiques. Jusqu'à 17^{ème} siècle la science est généralement traitée comme un problème métaphysique et philosophique.

- En effet, on constate une confusion entre la croyance philosophique et la démarche scientifique. Une des caractéristiques principales de la science ce qu'elle est dynamique ; ce qui veut dire qu'elle s'accumule et s'enrichit avec le temps et avec le degré intellectuelle des civilisations. Selon l'évolution chronologique, on peut distinguer entre plusieurs époques
- Du IV siècle jusqu'à XII siècle avant J.C ; les sciences dominant à cette époque étaient : la métaphysique, le mathématique, astronomie. Les grands savants étaient les Egyptiens et les Sumériens.
- Du VII au IV siècle avant J.C ; les sciences dominant étaient toujours : les mathématiques (géométrie et arithmétique), astronomie (carte du ciel). Les principaux savants étaient les grecs : Thalès de Milet, Pythagore, Platon, Hippocrate, Aristote, etc....
- Du IV siècle avant J.C jusqu'à VII siècle après J.C nous avons toujours la métaphysique, mathématique (géométrie arithmétique), l'astronomie, la physique mécanique (l'optique) ; les principaux savants étaient : Euclide, Archimède, etc.....
- Du VII au XV siècle, nous avons toujours les mathématiques (les neuf chiffres et le zéro par les arabes, algèbre et géométrie), physique mécanique' astronomie, la chimie, la botanique et la médecine. Parmi les principaux savants de l'époque : Al Khawarizmi, IBNALHAYTAM, IBNSINA, ORESME, etc. ...
- Du XV au XVI siècle, nous avons les sciences expérimentales : mathématique, mécanique Newtonienne, et révolution scientifique en sciences naturelles. Les principaux savants étaient : Descartes, Pascale, Newton, Galilée, Torricelli, etc.....
- Du XVI au XVIII siècle ; nous avons les mathématiques (théorie des équations, le calcul des courbes, les probabilités), physique expérimentales, sciences naturels et la dynamique. Les principaux savants étaient : Laplace, Lagrange, Taylor, etc.....

- A partir du XIX siècle ; ce période est marqué par la naissance de la plupart des sciences sociales et humaines et par des nouveaux progrès dans les sciences déjà établies. La science comment dont à devenir empirique, son objet est de « rendre l'homme maître de la nature afin d'exploiter ces richesses ».

La science est donc une connaissance objective qui établit entre les phénomènes des relations universelles. Qu'elles sont donc les impératives et les règles de la science ?

Section I : Les règles de la science :

Selon la définition ci-dessous, ce qui permet d'établir des prévisions, la science dispose de **5 règles principaux** :

- 1. La connaissance :** en latin « cognoscéré » veut dire connaissance ; et qui veut dire « chercher le savoir ». La connaissance désigne l'acte par lequel l'homme essaie de saisir, d'étudier et de définir un phénomène. La connaissance a trois caractéristiques :
 - elle est transmissible :
 - elle est extensible :
 - elle est systématisée.

L'économie s'intéresse aux comportements des individus et à leurs façons d'utiliser les richesses ; la particularité de cette connaissance est qu'elle porte sur les activités fondamentales de l'homme (consommation, production, l'épargne, etc.) et ces rapports avec
- 2. L'objectivité :** la science est objective. Est objectif tout ce qui est commun à plusieurs êtres pensants. Selon Kant ; la connaissance scientifique est appelée objectif car elle doit être libéré de tout comprise personnel. L'économie n'est pas tout à fait libérée d'opinion et de jugement personnel.
- 3. La science étudie les phénomènes :** un phénomène est un fait ou une chose visible « Constaté » qui pourrait servir de matière première de savoir. La science est fait avec des phénomènes, cependant tous les phénomènes observés ne paraient conduire à bâtir une science. Dans ce cas le terme phénomène désigne des faites réelles priés classer par l'homme de science qui doit en déterminer les causes, les implications et les explications. L'économiste étudie des phénomènes telle l'inflation, le chômage, la stagflation, etc.
- 4. La science établis des relations universelles :** la science moderne est mécaniste parce qu'elle considère la nature comme une machine ; autrement dit elle la considère comme un

ensemble des mécanismes dont il s'agit de découvrir les lois qui les régissent ou qui les gèrent. Les relations dégagées entre l'apparition d'un phénomène et la condition qui les font apparaître portent le nom ou sont appelées : « **des lois scientifiques** ».

Qu'est-ce qu'une loi universelle ? Par loi universelle on entend la proposition suivante :

Chaque fois que les événements «x» se produisent les événements « y » se produisent. Il existe plusieurs types de lois :

- Des lois scientifiques :
- Les lois naturelles :
- Les lois civiles : imposées par l'Etat.
- Les lois morales : mises en place par la société.

Pour mettre en place une loi on se base sur un concept important qui est le raisonnement qui suppose une démarche : un cheminement est une démonstration. La science économique dans sa recherche de cause rencontre deux problèmes :

- L'absence de formalisation de la démarche qui conduit de la cause à l'effet dont autorisent plusieurs interprétations de causalité.
- Dans un grand nombre de cas la validation par l'expérimentation répétée dans la même condition est impossible.

5. La science permet des prévisions : la prévision permet de déterminer (ou prévoir) le futur en établissant en lieu nécessaire entre une cause et un effet grâce à la connaissance des lois constantes et universelles.

En sciences économiques :

- Tout d'abord, les prévisions mêmes à courts termes n'est jamais parfaitement réalisées ; les résultats diffèrent les plus suivant des prévisions.
- Donc dans les meilleurs des cas ils en sont relativement proches. Ensuite certaines lois sont parfois contradictoires, enfin aucune théorie n'est en mesure de dire qu'est ce qu'il faut faire pour sortir de sous-développement ou d'une crise, les économistes proposent suivant des recettes.

Section II : La classification des sciences :

La science peut être classée en deux grandes catégories :

- **Les connaissances empiriques** (expérimentation) : par la démonstration et par des méthodes expérimentation et observation, elles expliquent et décrivent certains phénomènes.
- **Les connaissances non empiriques** : elle reste au stade de l'analyse et de démonstration sans qu'ils soient nécessaires de recourir à l'expérience.

De sa naissance à ce jour la science a connu deux types de classification :

1. La classification traditionnelle : jusqu'au moyen âge les connaissances ont été classées en deux catégories :

Les sciences divines et la métaphysique :

- « **la métaphysique** » désigne la connaissance au-delà de l'expérience et de la réalité. Elle cherche à déterminer les principes et les causes premières. En économie le terme ou la notion de « main invisible » relève de la métaphysique.
- **Les sciences normales** : les divinités s'absenteront de plus en plus de la connaissance qui se basera essentiellement sur l'empirisme autrement dit sur la logique et les mathématiques.
- « **la logique** » c'est l'ensemble des opérations par lesquelles l'homme prétend construire des raisonnements cohérents (non contradictoire) et qui sont validées dans la forme.
- « **les mathématiques** » sont une science dont l'objet est le nombre, l'ordre, l'étendu ; elles regroupent l'algèbre (l'étude d'un ensemble et de leur structure, les méthodes de calculs pour poser et résoudre les équations), la géométrie (figures, étude propriétaire de l'espace), l'arithmétique c'est le calcul de nombres (division, multiplication, etc.).

L'évolution de la science et l'apparition des nouvelles disciplines ont imposé une nouvelle classification.

2. **La classification moderne** : la classification moderne se fait sur la base de certains critères et qui sont l'objet, la méthode, le problème et la discipline :
- **L'objet** : une discipline doit toujours choisir un objet, le construire et l'analyser. Par exemple : les sciences formelles (exactes) composées de la logique, des mathématiques des sciences de la nature, de la physique, de la chimie, de la biologie ; et les sciences sociales et sciences humaines composées de la psychologie, de la sociologie, anthropologie toutes ont un objet très définie (sciences physiques ont pour objet l'étude de la mécanique, la chaleur, les fluides, l'optique, nucléaire) en économie, l'objet de l'analyse peut être (la richesse, la rareté, les choix, l'échange, le bien être, croissance, etc.)
 - **Le problème** : la science ne commence pas par les faits et les hypothèses mais avec un problème scientifique. Ainsi chaque travail scientifique doit toujours commencer par la formulation du problème auquel la théorie est supposée à porter une solution. La science économique prend comme point de départ le problème suivant : comment créer et développer les richesses des nations, la réponse à cette question a donné lieu à une série de problèmes à résoudre.
 - **La méthode** : est un ensemble des procédés suivis dans un domaine donné pour atteindre un résultat de la meilleur façon qui soit, sur la base de critère de méthodes ; on distingue trois de sciences :
 - ✓ "**les sciences formelles**" (hypothético-déductive) ; il s'agit des mathématiques et de la logique.
 - ✓ "**les sciences empiriques où expérimentales**" (physique' biologie, etc.)
 - ✓ "**Les sciences d'observations où d'argumentation**" il s'agit des sciences de l'homme :(la psychologie, la linguistique, la psychanalyse, l'anthropologie) et les sciences de la société (l'économie, le droit, la sociologie, l'histoire, la géographie, etc.)
 - **La discipline** : une discipline est un domaine spécifique de la connaissance qui consiste à se baser sur ensemble d'énoncé et sur une organisation cohérente et réglée.

CHAPITRE II : LA SCIENCE, SES METHODES ET SES IMPERATIFS :

Après avoir définie et classés la science on se pose la question suivante : quelles sont les méthodes et les impératifs de la science ? En effet toute connaissance qui se veut scientifique doit se conformer aux méthodes, aux impératifs qui assurent l'ordre, la cohérence et la méthodologie de la science.

Section 1. : La méthode

La méthode; système ou ensemble de procédés utilisés dans le but d'obtenir un certain résultat, c'est-à-dire ; chemin qu'emprunte l'esprit pour atteindre la connaissance ou pour démontrer une vérité. La science repose sur 4 méthodes :

a) **L'induction** : elle fut la méthode dominante au XIX siècle. C'est un raisonnement qui sur la base de cas particuliers conclue à la vérité des lois générales.

«**Explication** » : L'induction est un processus de pensée qui consiste à aller du particulier au général, à l'inverse de la déduction. L'induction présuppose que, si une affirmation est vraie dans un certain nombre de cas observés, elle sera aussi vraie dans des cas similaires, mais non observés. La probabilité que l'affirmation soit juste dépend du nombre de cas observés ». Le raisonnement inductif a été développé par nombre de philosophes de **Francis Bacon** à **David Hume, John Stuart Mill** et **Charles Sanders Peirce**.

b) **La déduction** : c'est une méthode qui conduit au général le particulier ; c'est une démonstration qui se base aux syllogismes.

A l'origine de l'induction on trouve **Isaac Newton** et à l'origine de la déduction on trouve **René Descartes**.

« **Explication** » : en logique, la déduction c'est un raisonnement qui consiste à conclure d'une ou de plusieurs prémisses, ou propositions données, à une proposition spécifique qui en est la conséquence nécessaire. Lorsque l'antécédent ne comporte qu'une seule prémisse, on parlera de déduction immédiate, ou inférence. Lorsqu'il en comporte plusieurs, la déduction sera médiate, ou syllogistique.

L'exemple suivant est un raisonnement déductif qui prend la forme d'un syllogisme ; il comporte deux prémisses et une conclusion logique déduite de celles-ci : « si l'on admet que tous les êtres humains ont une tête et deux bras et que Pierre est un être humain, on peut alors

logiquement conclure que Pierre doit avoir une tête et deux bras ». Ce raisonnement déductif est valide, c'est-à-dire que sa conclusion est vraie si toutes les prémisses sont vraies. La méthode déductive constitue une forme essentielle de la pensée discursive.

c) La méthode expérimentale : l'expérimentation est la méthode privilégiée des sciences dites exactes ; parce qu'elle permet la vérification des hypothèses (supposition à partir de laquelle des conséquences sont envisagées) et des énoncées. Une expérience est caractérisée par le fait de donner toujours le même résultat car elle est réalisée dans les mêmes conditions.

d) La méthode axiomatique : elle se base sur les axiomes et les postulats qui sont considérés comme des propositions. Un postulat désigne un principe admis par convention afin d'établir une démonstration ; un axiome est un principe évident non démonstratif.

« **Explication** » : axiome, en logique et en mathématiques, principe de base qui est supposé être vrai et ne nécessite donc aucune démonstration. Voici quelques exemples d'axiomes : « Aucune proposition ne peut être vraie et fausse en même temps » (principe de contradiction) ; « Le tout est plus grand que chacune de ses parties. » La logique et les mathématiques pures commencent par de telles hypothèses non prouvées dont sont dérivées d'autres propositions (théorèmes). Ce procédé est nécessaire si l'on veut éviter la circularité ou la régression à l'infini du raisonnement. Les axiomes de tout système doivent être cohérents entre eux ; en d'autres termes, ils ne doivent pas entraîner de contradictions. D'autre part, ils doivent être indépendants, au sens où ils ne peuvent être déduits les uns des autres ; enfin, il ne doit y en avoir qu'un petit nombre. Les axiomes ont à l'origine été interprétés comme **6** des vérités évidentes. La tendance actuelle est d'éviter une telle interprétation et d'affirmer simplement qu'un axiome est supposé vrai sans preuve dans le système dont il fait partie.

Section 2 : Les impératives de la science

La science a deux impératives :

- Les principes.
- Les lois.

1. Les principes des sciences : la science dispose de deux grandes familles de principes :

Explication : Les principes sont le plus souvent définis comme des vérités premières ou des propositions qui servent à démontrer les autres vérités, mais ne peuvent elles-mêmes être

démontrées, en vertu de leur simplicité et de leur caractère premier. Les principes sont comme les premiers éléments de la connaissance humaine, et jouent vis-à-vis d'elle le rôle que jouent les axiomes en mathématiques.

1.1- Les principes métaphysiques : c'est tout ce qui guide l'homme dans sa connaissance au-delà de l'expérience et de la réalité. Ces principes sont acceptés par les savants comme une évidence.

1.2- Les principes logiques : qui sont appelées aussi « les lois générales de la pensée », ils sont au nombre de trois : (le principe de l'identité, de contradiction ou de la contrariété et le principe du tiers exclue).

2. Les lois et invariants : constituent le 2^{ème} impérative d'une science.

Une loi ; est caractérisée par l'universalité et elle concerne toutes les sciences. Tandis que **les invariants** peuvent être les invariants mathématiques ou quantitatives ou physiques qualitatives. En économie on distingue plusieurs lois (de débouché, l'offre et la demande, la population Malthus, croissance et décroissance, etc.).

3. Les faits et les théories scientifiques :

Les faits ; en général sont nécessaires à l'élaboration des théories ainsi les faits économiques comme l'inflation, le chômage, les déséquilibres sont à la base des constructions théoriques en économie.

Théorie scientifique ; est un système logique explicatif qui relie entre eux tous les faits et les lois qui appartient à un champ de connaissances.

Conclusion du chapitre : dans ce chapitre l'accent a été mis sur les méthodes et les impératives de la science ; ce qui nous permettra avec les notions acquises dans le 1^{ère} chapitre d'aborder la méthodologie en science économique.

CHAPITRE III : LA CONNAISSANCE ECONOMIQUE ET LE METHODE DE TRAVAIL SCIENTIFIQUE.

Après avoir démontré que l'économie est une science sociale la question qu'on se pose est : qu'elle est la méthode empruntée par cette connaissance ? Autrement dit existe-t-il un ou plusieurs méthodes. En effet on distingue deux grandes catégories de méthodes :

- La méthode orthodoxe.
- La méthode hétérodoxe.

Section I : Les méthodes orthodoxes : « elles sont au nombre de sept ».

§.1. La méthode inductive à posteriori

En science sociale l'induction prend toujours la forme d'une observation, elle parle toujours de ce qui est vu, de ce qui est constaté dans la réalité ; en économie politique beaucoup de théories ont été élaborées à partir d'une simple observation de fait ainsi pour certains économistes il est possible de dégager des lois à partir des observations, c'est-à-dire lorsqu'on constate deux ordres de faits et une relation entre ces deux ordres de faits, cette corrélation devient une loi.

§.2. La méthode déductive à priori :

La méthode déductive privilégie le raisonnement déductif à la réalité. La validité d'une théorie économique doit être établie non par le réalisme de ces hypothèses mais par l'exactitude de prévisions qu'elle autorise.

En général l'induction consiste à remonter des faits économiques particuliers pour aller aux principes et aux lois généraux qui le régissent tandis que la déduction parle de la construction des chemins et des lois afin de mieux expliquer les faits et phénomènes économiques.

§.3. La méthode analytique : contraire de l'analyse...)

Il s'agit de l'utilisation de l'analyse comme méthode, elle sépare et isole les différents éléments d'un même phénomène, il s'agit essentiellement d'une méthode propre à la mathématique et à la physique.

§.4. La méthode systématique :

Procède à une analyse globale des éléments formant le système. Chaque élément doit être analysé dans son tout ; ainsi chaque décision économique doit prendre en compte les aspects

sociaux, économiques, politiques et environnementaux.

§.5. L'observation :

Est une méthode d'élaboration d'une connaissance par le moyen de la description et de la compréhension des éléments de l'environnement humaine. L'économie est par excellence une science de l'observation ; en effet, l'observation joue un rôle importante en économie puisqu'elle lui fournit des éléments nécessaires à la formulation des hypothèses et des théories. L'économiste devra observer de façon objective.

§.6. L'expérimentation :

Sa réalisation en économie demeure très difficile car un chercheur en économie ne peut pas expérimenter un phénomène économique ou laboratoire. Cependant il peut procéder à des expériences passives et mentales.

§.7. L'infirmité :

L'infirmité selon certains scientifiques on ne peut pas démontrer qu'une théorie est vraie par contre on peut démontrer qu'elle est fautive c'est-à-dire la réfuter. Une vraie théorie scientifique est celle qui résiste à la confrontation avec le fait.

Section II : Les méthodes hétérodoxes :

A ce niveau plusieurs auteurs se sont opposés à une science qui sera exacte et dont la méthodologie sera la science à suivre ; ce qui nous amène à étudier les concepts de trois auteurs : « Tomas KUHN, Imre LAKATOS et IMRE LAKATOS ».

§.1. Thomas S. Kuhn et la méthodologie de révolution scientifique :

Selon cet auteur une théorie confirmée doit être simple, précise, cohérente, riche et de grand portée et en plus elle doit adhérer à un paradigme.

« **Paradigme** » ; c'est un ensemble des principes de principes de concepts de croyances qui constitue un cadre intellectuel dans lequel se déroule un débat scientifique. En économie on peut parler de six catégories de paradigmes : « le paradigme à connotation philosophique, le paradigme mercantiliste, le paradigme physiocrate, le paradigme classique, le paradigme néoclassique et le paradigme keynésien ».

§.2. Imme LAKATOS et la méthodologie de programme de recherche scientifique :

Un programme de recherche scientifique (P.R.S) est la manière dont certaines théories peuvent se développer sur des périodes de durée variable au se replier sur elle-même et tomber dans l'oubli. Ce programme se compose d'une succession de théories qui vont de T1 jusqu'à Tn et chaque théorie doit expliquer le fait déjà étudié par les théories précédents.

Quand un programme est infirmé ou rejeté par l'expérimentation (dégénèrescent) il doit obligatoirement modifier ces hypothèses et devenir un programme progressif.

§.3. La critique de FEYRABAND :

Selon cet auteur (méthode phaube) il n'existe pas de méthodologie ou de critère de validation scientifique, il rejette toute idée de conformisme dans le domaine de méthodologie.

Selon cet auteur il n'y a pas lourde de distinguer entre la science et la non science, entre l'idéologie et le ... selon cet auteur la seule règle qui peut suivre en matière de méthode scientifique est qu'il n'y en a aucune.

Conclusion du chapitre :

En conclusion ce qui est important en économie c'est n'est pas seulement la scientificité ; dans son sens le plus stricte mais plutôt le réalisme théorique, l'explication rationnelle des faits observées et le sérieux méthodologie.

CHAPITRE IV : ANALYSE EPISTEMOLOGIQUE ET QUELQUES PARADIGMES DE LA CONNAISSANCE ECONOMIQUE.

L'épistémologie consiste à une réflexion sur les sciences ; si on se refait à son étymologie on constate qu'elle découle du grec.

« **Epistémé** » veut dire connaissance aux sciences et « **logos** » signifie à la fois étude, langage, discours et jugement ; on retrouve d'ailleurs le suffixe logique dans plusieurs termes formant les domaines variés de la connaissance (sociologique, méthodologique, etc....).

En résumé l'épistémologie pourrait signifier étude des sciences plus précisément étude critique des sciences qui essaie d'analyser les problèmes, les progrès et les limites d'une connaissance.

L'économie a-t-elle fait objet d'une telle analyse. On peut avancer et dire qu'il existe une épistémologie économique du fait que dans le chapitre précédent nous avons établi que l'économie est une science sociale. C'est une discipline qui connaît certaines limites (expérimentation), c'est un problème de manque d'objectivité et certains progrès car depuis son apparition elle n'a cessé de nous donner les instruments d'analyse et des concepts qui ont connu un perfectionnement continu.

La question qu'on se pose à ce niveau qu'elles sont les principaux paradigmes utilisés par les sciences économiques ?

Section I : L'idée de nature dans la pensée économique libérale.

En économie le concept ou l'idée de nature revêt une très grande importance. L'intérêt pour la nature est apparu avec le paradigme physiocrate, ce dernier avait comme idée de base : la terre est la principale source des richesses.

Si avec l'école classique que l'idée de nature occupera une place très importante. En effet pour cette école l'économie politique concerne la recherche des lois de la production et de la consommation des richesses. Autrement dit tout ce qui satisfait les besoins de la consommation et de la production qui ne peut être obtenu que par l'appropriation, la transformation et l'adaptation de la nature à nos besoins.

Section II : Les concepts de besoin et la rationalité en économie :

Le besoin est une nécessité naturelle et ayant une cause physiologique ; la satisfaction des besoins constitue le but de l'activité économique, c'est un concept qu'on retrouve de façon apparente où nos satisfactions des besoins fait appel à une autre concept propre au paradigme néoclassique ; c'est le concept de rationalité (homo economicus c'est-à-dire l'homme rationnel ; il s'agit d'un homme calculateur, intéressé, rationnel, universel et atemporel ayant un esprit et d'hédoniste quelqu'un qui cherche à satisfaire ce désir). Ce concept sera fortement rejeté par Keynes ; pour ce dernier l'homme est irrationnel.

Conclusion du chapitre :

Dans ce chapitre nous avons essayé de rattacher bravement la connaissance économique au plus important concept appartenant à certains paradigmes. En effet l'économie est basée par plusieurs paradigmes ce qui a permis d'enrichir et d'approfondir son analyse épistémologique.

CHAPITRE V. LES METHODES D'ENQUETE

Section 1. L'entretien

Les deux formes principales d'entretiens sont les entretiens non-directifs (ou libres) et semi-directifs (ou guidés). Selon les besoins, d'autres formes d'entretien existent et peuvent être préférées ; nous en avons repris quelques-unes dans la partie 2 de ce guide.

Quelques règles générales s'appliquent toutefois à chaque type d'entretien. Ainsi, il est important de se souvenir qu'il s'agit d'un processus de communication à travers lequel des interactions naissent entre l'enquêteur et l'enquêté. Ces interactions sont susceptibles de biaiser les résultats d'enquête. Ainsi, certaines études ont pu montrer que les caractéristiques physiques ou personnelles de l'enquêteur (âge, sexe, origine...) peuvent influencer les réponses obtenues, ou encore que les préjugés de l'enquêteur par rapport à son objet d'étude peuvent également biaiser le nombre et la compréhension de ces réponses.

Afin de limiter les biais, il est conseillé d'éviter une situation de trop grande distance sociale entre enquêteur et enquêté ; mais aussi de conserver une différence d'appartenance suffisante pour ne pas donner aux enquêtés l'impression que se confier est une perte de temps. Un bon enquêteur doit avoir un certain sens des relations humaines, être convaincant, mais aussi rester professionnel : il est important d'être neutre pour ne pas influencer l'enquêté ou le mettre mal à l'aise.

§.1. L'entretien non-directif

Il s'agit d'un entretien au cours duquel l'enquêté est pleinement libre des réponses qu'il apporte, à partir du thème qui lui est proposé. Le rôle de l'enquêteur se limite à proposer un stimulus initial, et éventuellement relancer le discours. Ce stimulus consiste à énoncer une question à champ large à partir de laquelle il expose un thème et espère recueillir l'avis de l'enquêté. Les relances peuvent prendre plusieurs formes, par exemple une reformulation des dires (« Pour résumer... »), un écho (redite d'une partie des propos), un recentrage, une demande d'éclaircissements, des marques d'écoute etc.

Souvent long, ce type d'entretien est intéressant lorsqu'il s'agit de recueillir des perceptions, des expériences ou des attitudes par rapport à un phénomène. Il est alors nécessaire que les enquêtés recouvrent les situations sociales les plus diverses possibles par rapport à ce phénomène, et ne connaissent pas l'enquêteur (mais bien les circonstances précises de

l'étude). Les entretiens non-directifs sont également utiles dans le cadre d'une approche préliminaire d'un sujet que l'on maîtrise peu et si l'on se positionne dans une démarche déductive. Un avantage des entretiens libres est qu'ils fournissent des informations riches en détails et nuancées. L'analyse sera systématique : elle inclura tant la forme que le fond et les modes d'expression de l'enquêté. Si ce dernier est d'accord, il est ainsi utile d'avoir enregistré l'entretien et d'en faire une retranscription fidèle.

§.2 . L'entretien semi-directif

L'entretien semi-directif s'organise dans un cadre strict (l'enquêteur connaît les points précis qu'il désire aborder) qui conserve un principe de liberté de parole (l'enquête se déroule dans un climat de confiance et de souplesse). L'entretien semi-directif visant à obtenir un certain nombre de réponses, il peut être nécessaire de recadrer poliment son interlocuteur si celui-ci s'écarte trop du sujet (surtout dans le cas, bien trop courant, où cet entretien est fortement limité point de vue timing).

Le « guide d'entretien » est l'outil d'aide-mémoire à travers lequel l'enquêteur aura répertorié l'ensemble des thèmes qu'il souhaite aborder, éventuellement sous forme de questions ouvertes. Le guide reprend les thèmes généraux à couvrir, des questions générales, des sous-questions plus précises, des pistes de relance et des exemples de réponses attendues (afin de vérifier qu'il y a bien une réponse à toutes les questions au cas où l'entretien dépasse le contenu strict du guide).

Chaque thème doit correspondre à un objectif de connaissance ou de compréhension bien précis. Le guide n'est pas rigide : l'ordre des thèmes à aborder n'a pas d'importance, pour autant qu'ils soient tous abordés à la fin. A nouveau, si l'enquêté est d'accord, un enregistrement et une retranscription s'avèreront très utiles pour l'analyse.

i. Le questionnaire

La construction d'un questionnaire va permettre de traduire les indicateurs (*cf. supra* : opérationnalisation) en questions et les formuler adéquatement. L'enquête par questionnaire vise à vérifier les hypothèses de la recherche, en vérifiant les corrélations suggérées. La formulation des questions est donc une étape cruciale de l'enquête. Puisqu'il s'agit d'agrèger et comparer les réponses, le questionnaire prendra toujours une forme standardisée, et les réponses seront parfois précodées. Il peut être intéressant de préparer la grille d'analyse du questionnaire au préalable, afin de vérifier que chaque question correspond en effet à un ou des indicateurs déterminés.

1. Cibler la population

Lorsqu'une problématique est posée, l'enquêteur doit s'interroger sur la population pertinente pour répondre à sa question de recherche. Il est important de ne pas confondre la question de recherche et les questions qui seront posées dans le questionnaire ! Afin de cibler la population, l'enquêteur peut se demander (1) si celle-ci est susceptible d'apporter de l'information et (2) s'il est nécessaire que celle-ci soit informée pour répondre. Tout dépendra en fait de l'objet de recherche.

Exemple : si l'on s'intéresse au sentiment d'insécurité dans un quartier, il n'est pas nécessaire de vérifier les connaissances des personnes interrogées sur ce thème. En revanche, si l'enquête consiste à déterminer si elles sont favorables ou défavorables au principe de l'allocation universelle, il est utile de leur demander au préalable si elles sont familières avec ce principe.

Dans le cas des enquêtes d'opinion, il peut être assez difficile de déterminer si le caractère informé des personnes doit être repris comme critère de sélection. En effet, un certain nombre de stéréotypes existent souvent malgré l'absence de connaissances sur un sujet. Evidemment, cette question ne se pose pas lorsqu'il s'agit d'interroger des personnes ressources par rapport au sujet d'enquête – celles-ci devront alors nécessairement être informées. A nouveau, l'objectif de la recherche doit être clairement identifié par l'enquêteur pour résoudre cette question.

2. Construction des blocs de questions

Les différentes thématiques à traiter peuvent être distinguées par des blocs de question liés. Il faudra être attentif à la mise en séquence de ces blocs, pour s'assurer qu'elle est logique (le passage d'une thématique à l'autre est-il fluide et pertinent ?) et adéquate (les questions intrusives ou sensibles sont-elles placées suffisamment loin ?). Si le questionnaire est long, on conseille de placer les questions moins importantes à la fin¹.

On détermine ensuite si les questions seront ouvertes ou fermées. Les questions fermées ont l'avantage d'être plus facilement traitables, tant dans l'administration que l'analyse, et elles sont généralement privilégiées dans le questionnaire. Toutefois, il est possible d'introduire une ou deux questions ouvertes supplémentaires afin d'offrir une diversité à l'enquête et éviter une monotonie ou un découragement.

Les questions fermées peuvent proposer deux possibilités de réponse (oui/non) ou un échantillon plus large (jamais – parfois – souvent – toujours). Parfois, il s'agira d'établir des

classifications ou préférences entre les possibilités de réponses. En outre, il se peut qu'un seul choix soit possible ou que plusieurs réponses soient acceptées (« Entourez les trois propositions les plus pertinentes pour vous »). Dans les deux cas, il est très important que toutes les possibilités soient représentées (critère d'exhaustivité).

Les questions doivent être posées en partant du général vers le particulier. En effet, des questions trop spécifiques pourraient influencer la manière dont la question générale est perçue et biaiser les résultats.

3. Formulation des questions

La formulation des questions est fondamentale. Il faut en effet s'assurer que le langage est adapté à celui de l'enquêté, et que les questions ne présentent aucune ambiguïté. Chaque question doit être parfaitement comprise et suffisamment concrète. Il est conseillé de privilégier un vocabulaire simple et univoque, d'éviter les formules grammaticales peu claires (par exemple la double négation), de s'astreindre à émettre une idée (et une seule !) par question et enfin de poser des questions neutres (sans risque de suggestions induites).

La formulation dépendra, à nouveau, de ce qu'on cherche à expliquer.

Ainsi, les questions de **comportements** seront précises et formulées de manière à décrire des pratiques (« Suivez-vous l'actualité ? »).

Les questions de **connaissance** (« Connaissez-vous tel homme politique ? ») seront posées de manière à ne pas gêner les répondants et proposeront une modalité de refuge (« Je n'ai pas d'avis »).

Les questions d'**intention** peuvent s'accompagner de questions supplémentaires pour analyser le *degré* d'intention, car elles ne permettent pas de fonder des prévisions valides (« Si un magasin bio ouvrait dans votre quartier, iriez-vous ? » peut s'accompagner de : « A quelle fréquence ? » « Quelle part de votre budget alimentaire seriez-vous d'accord d'y consacrer » ? « Quel type de produits choisiriez-vous d'acheter systématiquement en magasin bio ? » etc.)

Les questions d'**opinion** requièrent des formes plus nuancées de réponse. Elles peuvent être présentées sous forme d'échelles unidimensionnelles (une réponse parmi les choix possibles), bipolaires (d'accord/pas d'accord), forcées (choix à effectuer entre plusieurs situations) ou de préférences (classification de plusieurs propositions). A noter que les réponses forcées prennent le risque de frustrer le répondant, si son avis n'est pas suffisamment représenté ; par ailleurs, les classifications ou préférences sont souvent fastidieuses et peuvent décourager.

Prévoir une case « sans opinion » est pertinent pour éviter les risques de réponse au hasard en cas d'avis flottant.

Généralement, les questionnaires comprennent au début ou à la fin un bloc de questions signalétiques visant à décrire les répondants. Souvent, elles correspondent à des hypothèses et interviennent dans l'analyse comme facteur d'explication. Les indices les plus classiques sont le sexe, l'âge, et le niveau social (qui se mesure classiquement par la profession, le niveau d'instruction et le revenu). Utiliser des catégories correspondant aux statistiques officielles pourra être très utile au moment de l'analyse.

§.3. Les biais cognitifs

Un certain nombre de biais peuvent influencer les réponses et amoindrir la qualité des résultats. Ils sont à prendre en compte dès la formulation du questionnaire afin de les réduire autant que possible (mais également, à plus forte raison, au moment de l'analyse des résultats). Nous allons en lister les principaux ci-après, en séparant les biais de type cognitif (liés au cadre de référence utilisés par les répondants) et les biais de type motivationnel (liés à notre désir de voir les choses sous un certain angle ou de nous présenter d'une certaine façon).

a) Les effets de cadrage

L'enquêteur recherche la position la plus authentique possible, il faut donc éviter que les questions « induisent » certains types de réponses. Pourtant, les réponses dépendent toujours partiellement du contexte dans lequel la question est posée et de la façon dans elle est posée. Ce sont les effets de cadrage (*framing effects*). Il est quasi impossible de poser une question sans fournir en même temps un élément de cadrage qui agira sur la réponse. Le langage, la forme, les alternatives de réponse etc. y contribuent nécessairement. L'essentiel est donc que l'enquêteur soit conscient des éléments de cadrage fournis et qu'il s'efforce de les rendre homogènes à travers tout le questionnement.

b. Effet de « Halo »

L'effet de « Halo » est le fait qu'une question ou une modalité de réponse peut modifier l'interprétation des questions suivantes ou de l'ensemble des modalités de réponses. Si plusieurs questions d'affilée sont posées dans le même sens ou selon la même échelle, les réponses apportées auront tendance à être les mêmes. L'effet de Halo provient du fait que nos perceptions sont structurées plutôt qu'analytiques. Nous avons donc tendance à comprendre des ensembles ou des séquences en évaluant les uns par rapport aux autres. Afin d'éviter ce biais, il est utile de casser le rythme des blocs de questions en introduisant des questions

ouvertes, ou des échelles inversées, ou des formulations différentes etc.

C. Effets d'amorçage

L'effet d'amorçage survient lorsque les questions antérieures vont aider l'enquêté à attribuer (erronément ou non) un sens précis aux questions suivantes. Ainsi, poser deux mêmes questions dans un sens ou l'autre peut modifier les réponses obtenues.

Exemple : Question A. Etes-vous heureux ? Question B. Etes-vous heureux dans votre vie professionnelle ?

Si la question A précède la question B, elle aura un sens général qui augmentera le nombre de réponses positives par rapport à un cheminement B -> A. En effet, les personnes malheureuses dans leur vie professionnelle conserveront cette indice spécifique comme élément de compréhension pour la question générale, et en déduiront qu'ils ne sont pas heureux.

d. Biais de positivité

Le biais de positivité désigne le fait que, tout autre chose restant égale, il est plus naturel de répondre positivement à une question plutôt que négativement. Pour diminuer ce biais, il faut jouer sur les modalités de réponse, en proposant par exemple des échelles bipolaires (accord/désaccord) ou des propositions contrebalancées sur lesquelles il faut se prononcer (soit poser deux questions identiques en retournant le sens de la proposition). De manière générale, ce biais peut être réduit en évitant les modalités de réponse binaires (oui/non ; vrai/faux).

À grande échelle, toutefois, le biais de positivité tend à être équilibré par la représentation des opinions divergentes.

e. Biais liés à la mémoire

Ils existent pour la mémoire à long terme (difficulté de se remémorer certains événements passés) et la mémoire à court terme (difficulté de rester concentré ou de retenir tous les éléments d'une question). Les biais de mémoire à long terme peuvent être réduits en multipliant les interrogations dans le temps, ou les dimensions d'une interrogation – voire, simplement, en insistant sur l'importance de correctement se remémorer un souvenir.

§.4. Les biais motivationnels

1. Le biais d'engagement

Il s'agit d'une tendance naturelle à rester cohérent dans nos lignes de comportements et de

réponses. Dans le cas d'une enquête, cela peut conduire un répondant à défendre une opinion qui ne correspond pas à la sienne si elle paraît cohérente avec une position défendue précédemment. Pour éviter ce biais, il faut éviter les séquences syllogistiques qui produisent un effet d'induction (sauf, bien sûr, si l'enquête vise justement à identifier les comportements de l'enquêté placé en situation de contrainte).

§.5. Le biais de désirabilité sociale

Quasi inévitable, ce biais renvoie au fait que le répondant va tenter de donner une image positive de lui-même à l'enquêté. Cela peut conduire à produire aussi des effets de mémoire sélective, où les comportements jugés valorisants sont surévalués et inversement.

Section 2. *Pré-test*

Il est très utile de réaliser un « pré-test » en administrant le questionnaire à une dizaine de personnes (ou davantage si le temps le permet) afin de recueillir des avis sur le questionnaire en lui-même et repérer d'éventuels écueils de formulation.

Quelques questions à garder en tête pour évaluer le questionnaire : les questions sont-elles bien comprises ? Ne sont-elles pas gênantes ? Le vocabulaire est-il adapté ? Les modalités de réponse sont-elles exhaustives ? Les consignes de réponse sont-elles claires ? Etc.

Le pré-test est utile pour améliorer le questionnaire, mais aussi pour évaluer la durée de son administration et identifier l'environnement adéquat pour y répondre.

1. La récolte des données

L'échantillonnage

Certains enquêtes sont dites « exhaustives », parce qu'il est possible d'interroger l'ensemble de la population concernée. C'est un cas idéal, toutefois il est souvent très long et très coûteux d'interroger l'ensemble de la population. Afin de sélectionner les personnes interrogées, on procède alors à l'identification d'un **échantillon**. Il se définit comme un « sous-ensemble de la population à partir duquel on tente d'inférer des mesures sur la population elle-même ». Il s'agit donc d'un groupe restreint de la population, à partir duquel on procédera à une généralisation des résultats. Afin de ne pas être biaisé, l'échantillon doit être **représentatif** de la population.

Généralités

La première étape, pour constituer un échantillon, est de définir sa population. Il s'agit ainsi d'établir les caractéristiques des individus les rendant aptes à participer à l'enquête. Souvent, le choix de la population est déterminé par le problème posé.

Exemple : si l'on reprend le cas des fumeurs dans les écoles secondaires, et que l'on restreint le champ géographique de l'étude à la ville de Bruxelles, la population sera l'ensemble des étudiants inscrits dans les établissements secondaires de la ville.

Echantillonner la population est souvent essentiel, mais n'est pas exempt de certains risques. On s'écarte toujours dans une certaine mesure des vraies valeurs de la population. Ainsi, l'échantillon étant limité, le généraliser à une large population est relativement hasardeux. En outre, il peut arriver que l'échantillon soit mal choisi et peu représentatif. Certaines **techniques d'échantillonnage** visent dans ce cadre à limiter les erreurs autant que possible, en fonction des moyens dont on dispose. Ce dernier point est important : il est évident que plus la taille de l'échantillon est grande, plus précis seront les résultats. Toutefois, ce point dépend aussi des ressources techniques et temporelles disponibles.

Pour qu'un échantillon soit **représentatif**, il faut que tous les membres de la population aient la même probabilité d'y figurer. A défaut de quoi, cet échantillon sera biaisé.

Le biais d'échantillonnage est donc la tendance à sous- ou sur- représenter certaines catégories de la population dans l'échantillon (et est à distinguer de l'erreur d'échantillonnage, qui sera au mieux minimisée). Deux techniques permettent d'établir des échantillons représentatifs :

- a) Echantillons probabilistes : au moyen d'une base de sondage (liste finie de la population), un certain nombre de personnes sont choisies au hasard.
- b) Echantillons empiriques : à défaut de la présence d'une liste, l'échantillon est désigné selon des règles précises de telle façon qu'il constitue une « bonne image » de la population étudiée.

Il arrive que les impératifs obligent le chercheur à recourir à un échantillon non-représentatif. Dans ce cas, il est conseillé d'être raisonné pour désigner les personnes interrogées, c'est-à-dire de privilégier un groupe présentant les caractéristiques types de la population. Un autre cas de figure est celui des enquêtes qui se font par recrutement de volontaires. Dans ce cas, l'échantillon ne sera pas représentatif et les résultats ne seront pas généralisables à une

population plus large.

2. Echantillon probabiliste

Le principe est de faire intervenir le hasard pour désigner les personnes à interroger, en appliquant une règle de tirage au sort. Cela permettra de recourir à des calculs de probabilités pour faire des inférences précises sur la population ainsi que connaître les chances de tirer un échantillon donné dans la population.

Cela demande d'établir une **base de sondage** exhaustive, où toutes les personnes ont la même chance d'être tirées. L'existence de cette base dépend directement de la population de l'étude. Les membres d'une organisation, par exemple, seront facilement listables. En revanche, les habitants d'une commune seront plus difficiles à recenser (changements d'adresse, personnes décédées, personnes résidentes mais non domiciliées...).

Le tirage au sort peut se faire de différentes façons.

La technique de base consistera à tirer manuellement des unités (méthode de la loterie) ou recourir à un ordinateur (hasards générés). Il peut aussi se faire de manière systématique (en tirant une unité à intervalle régulier, par exemple toutes les 50 unités).

Une autre méthode consiste à tirer un échantillon dans chaque strate de la population plutôt qu'un échantillon global. L'intérêt de l'échantillon stratifié est de pouvoir faire des inférences sur des groupes plus petits au sein de la population. C'est notamment utile lorsqu'une des strates de la population est largement moins abondante.

Exemple : imaginons un sondage auprès de 1000 belges sur les intentions de vote dans chaque région. Un échantillon représentatif conduirait à sélectionner environ 550 flamands, 350 wallons et 100 bruxellois. Le sous-ensemble bruxellois conduirait toutefois à une moindre diversité dans les opinions récoltées, et un biais d'échantillonnage potentiellement plus élevé. Une solution est alors de surreprésenter le nombre d'interrogés bruxellois, puis de pondérer les résultats d'ensemble par la suite.

Enfin, il est possible de réaliser des échantillons par grappes : c'est-à-dire sur base de groupes d'éléments qui constituent l'unité en soi parce qu'ils ont des liens communs. La base de sondage constitue alors la liste de ces groupes.

3. Echantillon empirique

Sans base de sondage, il est impossible de connaître a priori la probabilité pour une unité d'être tirée. Le choix des sujets se fera alors sur le terrain, selon des règles établies et en s'efforçant d'atteindre la représentativité par raisonnement.

L'échantillonnage par quotas consiste à construire un échantillon qui ressemble à la population sur base d'informations statistiques relatives à cette population. Par exemple, si l'on a connaissance de la répartition de variables fixes (âge, sexe, niveau d'étude, statut socio-professionnel), on vise à respecter ces quotas de répartition sur le terrain – et au-delà, le choix des personnes reste libre. L'hypothèse sous-jacente est donc que si l'échantillon est constitué des variables sociodémographiques identiques à la population, il réagira de façon similaire.

Avoir des quotas « croisés » permettra d'améliorer la représentativité de la population (mais ne simplifiera pas la tâche du chercheur). Par exemple, il s'agira de s'intéresser à la proportion de personnes actives et non actives parmi les 20-25 ans plutôt que s'intéresser à l'âge d'une part, et le statut professionnel de l'autre.

En recourant aux quotas, il faut être très attentif aux biais possibles. De nombreux facteurs peuvent influencer les personnes interrogées : l'heure et l'endroit, l'apparence, la facilité de refus de réponse... Afin de les diminuer, on tentera de procéder à une enquête à plusieurs heures de la journée (échantillonnage temporel) et différents endroits (échantillonnage spatial).

Une autre méthode est de recourir à un échantillonnage sur place : on sélectionnera les personnes en fonction d'un lieu déterminé qu'elles fréquentent (un cinéma, un magasin, un complexe sportif...). Cela permet d'approcher certaines « clientèles », les biais possibles étant bien sûr que les personnes présentes changent selon le moment et que plusieurs lieux appartenant au même groupe peuvent exister. Dans ce dernier cas, cumuler l'enquête sur l'ensemble des lieux concerné est le meilleur moyen de réduire le biais.

Une dernière méthode enfin est celle des itinéraires : pour imiter l'aléatoire, on définit au préalable un itinéraire précis qui sera suivi par le chercheur lors de l'enquête. Par exemple, à partir d'un lieu, prendre la 2^{ème} rue à gauche, sonner à la troisième maison et interroger la personne la plus jeune de la maison (etc.). La difficulté est qu'il faut avoir prévu tous les cas de figure à l'avance et s'assurer que toute la superficie visée soit couverte – ce qui n'est pas tâche aisée.

4. Que choisir ?

Les échantillons empiriques sont, à l'évidence, moins représentatifs. Toutefois, constituer une base de sondage est parfois impossible. Des études comparatives ont permis d'estimer que pour les échantillons de petite taille, les méthodes probabilistes donnent de mauvais résultats car les résultats sont très imprécis. En revanche, pour les échantillons de grande taille, la méthode des quotas tend à donner des estimations très biaisées.

Un critère de choix peut donc reposer sur la taille de l'échantillon : principe des quotas pour les petits et sondages probabilistes pour les plus gros (3000 et plus).

a) Administrer un questionnaire

Lorsqu'il s'agit d'une méthode d'entretien, les données se récoltent dans une relation directe en face en face. Un questionnaire, en revanche, pourra au choix être administré par l'enquêteur ou auto-administré.

b) Les questionnaires administrés par l'enquêteur

Dans le cas le plus classique, l'enquêteur est dans une relation de face-à-face où il pose les questions et note les réponses. Cela requiert certaines qualités de sa part ; idéalement, il doit pouvoir intéresser les enquêtés par rapport à son travail, être doté de bonnes facultés sociales et de langage, et éventuellement avoir reçu une formation pour mener à bien ce rôle. Dans une large mesure, un questionnaire de visu doit être pré-codé afin d'éviter des innovations ou perturbations. Si ce mode d'enquête est relativement coûteux, et assez sensible au biais de désirabilité sociale, il permet un contrôle de qualité par rapport aux réponses reçues et réduit le risque d'erreur d'échantillonnage.

Alternativement, certains questionnaires sont parfois administrés par téléphone. Rapide et économique, cette méthode a aussi l'avantage de toucher facilement beaucoup de monde. Les réponses doivent être courtes et réduites ; la durée d'appel doit d'ailleurs être mesurée également (une dizaine de minutes environ).

c) *Les questionnaires auto-administrés*

Le remplissage du questionnaire est assuré par le répondant lui-même. Il est alors fondamental de soigner la qualité du questionnaire : les questions doivent être courtes, compréhensibles, avec un nombre limité de modalités de réponses. Dans la mesure du possible, on évitera les questions ouvertes. En outre, la mise en page doit être soignée et

attirante.

Ces enquêtes peuvent être envoyées par voie postale, par internet ou par diffusion sur un lieu précis (par exemple un lieu de fréquentation stratégique par rapport à la population). Elles ont comme avantage commun de présenter un coût réduit, en revanche la qualité des réponses sera probablement moindre.

Dans le cas d'un questionnaire par internet, il faut noter que les biais d'échantillonnage tendent à être élevés : les internautes ne sont pas nécessairement représentatifs de la population et leur identité n'est pas toujours contrôlable. En outre, il se peut que leurs comportements, valeurs ou perceptions soient différents de ceux de la moyenne de la population.

Attention au **temps nécessaire à la prise de contact!**

Vos interlocuteurs ne seront pas forcément réactifs à votre proposition d'entretien, aussi:

- Soyez persévérants!
- N'attendez pas une réponse à vos mail pour relancer les personnes;
- Diversifiez vos méthodes d'approches (mail, téléphone, aller sur place, faire appel à une personne ressource,...)

Si le premier entretien est souvent le plus ardu à obtenir, une fois un pied dans l'entreprise/organisation/... il devient plus facile d'obtenir des rendez-vous...
Ne vous découragez pas.

Aspect éthique:

Veillez à bien demander l'accord de vos interlocuteurs concernant la diffusion des résultats individuels.

- acceptent de divulguer -ils sou couve informatio
- n d divulgu de information sous couvert d'anonymat et au sein d'une cohorte de résultats?
- acceptent-ils d'être cités?
- ...

Afin de favoriser des réponses positives de la part de vos interlocuteurs proposez leur de

Section.3. L'analyse des données

§.1. L'analyse des entretiens

Les entretiens donnent lieu à des analyses de contenu dont il existe de nombreuses formes. Les sources d'information sont dans le choix des termes utilisés par l'interlocuteur, leur fréquence et mode d'agencement, la construction du « discours » et son développement. Les connaissances qu'on en retire peuvent cibler l'interlocuteur lui-même (par exemple pour rendre compte d'une idéologie) ou le contexte dans lequel un discours est construit (par exemple pour rendre compte d'un processus de socialisation).

Les méthodes d'analyse de contenu reposent sur des techniques assez précises, comme le calcul de fréquences relatives des termes utilisés, visant à traiter de manière méthodique les contenus des entretiens et éviter que le chercheur recoure à ses propres cadres de pensée dans l'interprétation. Ce point est relativement difficile : il est important de se souvenir qu'il s'agit moins de porter attention sur le contenu explicite d'un discours, que sur son mode d'organisation. Les techniques proposées visent à combiner un souci de rigueur et de profondeur et sont particulièrement adaptées aux recherches de sciences sociales.

Ces méthodes peuvent être :

- quantitatives, lorsqu'elles sont pour base la fréquence d'apparition de certaines caractéristiques de contenu ou les corrélations entre elles ;
- qualitatives, lorsqu'elles ont pour base la présence ou l'absence d'une caractéristique, ou la manière dont les éléments du discours sont articulés les uns aux autres.

Généralement, le traitement des données va faire appel à l'une et l'autre de ces distinctions, mais on peut retenir que l'analyse sera plutôt extensive dans le premier cas (analyse d'un grand nombre d'informations sommaires) et intensive dans le second (analyse d'un petit nombre d'informations détaillées).

§.2. Les analyses thématiques

L'analyse thématique va porter sur les éléments constitutifs du discours, afin de mettre en exergue les représentations sociales ou les jugements des interlocuteurs. La forme la plus courante est l'analyse catégorielle, où l'on calcule et compare les fréquences de certaines caractéristiques regroupées en catégories significatives. L'hypothèse est que plus une

caractéristique est citée, plus elle est importante pour l'enquêté.

Une autre forme est l'analyse de l'évaluation, où l'on comptabilise le nombre, l'intensité et la direction (positif ou négatif) des jugements posés par l'enquêté.

§.3. Les analyses formelles

Elles portent sur les formes et l'enchaînement du discours. Deux méthodes sont notamment l'analyse de l'expression (le mode de communication est étudié comme information sur l'état d'esprit et les dispositions idéologiques de l'interlocuteur) et l'analyse de l'énonciation (la dynamique même du discours est étudiée comme processus révélateur). Dans le premier cas, il s'agira donc plutôt de s'attarder sur le vocabulaire, l'ordre des mots, la longueur des phrases etc. Dans le second, il s'agit plutôt d'étudier le développement du discours, l'ordre de ses séquences, le rythme de parole etc.

§.4. Les analyses structurales

Elles tentent de mettre au jour les aspects implicites du message, en examinant par exemple les co-occurrences, soit les associations de thèmes dans les séquences de communication. En décortiquant l'ordre de fonctionnement du discours, et des séquences, le chercheur tente de déterminer les structures mentales et idéologiques qui le sous-tendent.

§.5. L'analyse des questionnaires

Les indicateurs de l'enquête avaient été traduits en question. Au moment de l'analyse, chaque question renvoie donc à une variable, soit une quantité susceptible de prendre plusieurs valeurs. L'ensemble des réponses à une question sont les modalités de chaque variable (autrement dit, les valeurs différentes, pas nécessairement numériques, qu'elle peut prendre). L'analyse des résultats consistera à mettre en relation les variables et comparer les résultats obtenus avec ceux qu'on attendait au moment de la formulation des hypothèses.

1. Travail sur les variables

Le premier travail d'analyse des réponses à un questionnaire consiste à repérer la nature des variables afin d'opérer le traitement statistique adéquat. On en distingue trois types :

- a. Variable nominale : les modalités de réponses sont distinctes et pourraient être proposées dans n'importe quel ordre. Il suffira de compter le nombre de choix de chaque modalité, la plus fréquente étant appelée « le mode ».

Exemple : « *Vous arrive-t-il d'aller au cinéma ?* »

- Oui
- Non

Si uniquement deux variables existent, on dit qu'elles sont dichotomiques.

b. Variable ordonnée : un ordre existe entre les modalités, et celles-ci forment un ensemble de classes ordonnées. A nouveau, on compte la distribution des modalités et on détermine le mode. Il sera en outre possible de déterminer la médiane, soit l'observation qui est au milieu de la distribution ordonnée.

Exemple : « *A quelle fréquence allez-vous au cinéma ?* »

- i. Une fois par semaine ou plus
- ii. Au moins une fois par mois (et moins d'une fois par semaine)
- iii. Au moins une fois par an
- iv. Moins souvent/jamais

c. Variable quantitative : les réponses sont ordonnées selon un intervalle constant, ce qui veut dire que l'augmentation d'une unité a toujours la même signification. Outre le mode et la médiane, il est alors possible de calculer la moyenne (somme des observations divisée par leur nombre) et l'écart-type autour de la moyenne qui évalue la dispersion des observations.

Exemple : l'âge.

La description d'une variable et l'usage qu'on en fait varie selon qu'elle est nominale, ordonnée ou quantitative. Attention ici lors de l'usage de logiciels statistiques : tous ne font pas la différence entre ces types de variables. Il faut donc être attentif aux options proposées par le logiciel utilisé.

L'agrégat des données et la mise en relation entre variables dépendront également du type de variable.

2. Relations entre variables

Trois niveaux de mise en relation sont possibles : tris à plat (examen d'une seule variable à la fois), tris croisés (deux variables prises en compte simultanément) et analyse multivariée (plusieurs variables prises en compte simultanément).

Les tris à plat

Les réponses sont présentées de manière simple sous forme d'un schéma ou d'un tableau. Il s'agit d'une description simple de l'information : on calcule la distribution des effectifs et les pourcentages de modalité de réponse pour chaque question. Lorsque le nombre d'enquêtés et/ou de variables est très élevé, cette opération peut être facilitée grâce à des logiciels ou des tableurs (comme Excel). Si le nombre d'enquêtés est très faible, le simple compte du nombre d'effectifs suffit ; le pourcentage pourrait en effet avoir une connotation malhonnête. On peut retenir, par convention, qu'opérer des calculs statistiques est intéressant à partir du moment où le nombre de sujets interrogés est d'au moins 80.

Lorsqu'il s'agit de variables nominales, on présentera généralement les modalités par ordre décroissant des choix, afin de mettre le mode en valeur. Dans le cas des variables ordinales, en revanche, l'ordre des modalités sera respecté dans la présentation (puisqu'il répond à une certaine logique). Pour les variables quantitatives, enfin, ces tableaux risquent d'être longs si on rend compte de l'ensemble des réponses ; on va ainsi généralement les recoder en catégories et décrire la variable en fonction du calcul des moyennes ou de l'écart-type.

L'analyse des tris à plat se fait en établissant des rapports simples (*les deux tiers des répondants pensent que se rendre au cinéma est une activité agréable*) et en mettant en exergue les chiffres remarquables (*seuls 15 % des répondants se rendent au moins une fois par an au cinéma*). Généralement, on présentera les résultats par blocs thématiques afin de dégager les impressions dominantes autour d'un thème.

Les tris à plat rendent donc compte de certaines indications intéressantes, mais il est rare qu'une enquête se limite à la description de jugements considérés isolément. Cette première forme d'analyse peut être envisagée comme une première phase d'observation des distributions, avant une analyse plus approfondie des réponses.

1. Les tris croisés

Les variables sont étudiées deux à deux et présentées dans des tableaux croisés. On lie une variable indépendante (par exemple l'une des données signalétiques des répondants) à une variable dépendante (l'une des réponses aux questions posées). Ces tableaux vont permettre d'examiner la distribution des comportements et opinions, examiner les hypothèses et éventuellement faire apparaître des associations entre groupes de répondants. La vérification d'une relation entre deux variables est la première étape de construction d'un modèle explicatif, dans la mesure où la variable indépendante est celle dont on suppose qu'elle agit comme facteur explicatif.

L'observation de ce tableau permet de constater que le degré d'accord tend à être plus important lorsque le niveau d'étude augmente. On peut aussi remarquer que le degré de désaccord complet tend à être relativement constant et peu élevé dans chaque catégorie. Enfin, une observation possible est que l'accord envers cette proposition (qu'il soit fort ou plus modéré) est très élevé dans les catégories de répondants disposant d'un niveau d'étude supérieur (que celui-ci soit court ou long).

Alors, peut-on en déduire qu'il existe une corrélation entre niveau d'étude et degré d'accord sur l'importance de la mixité dans l'apprentissage scolaire ?

A ce stade, il importe d'être extrêmement prudent. Considérant que l'échantillon est représentatif, il faut encore se demander si d'autres raisons ont pu intervenir dans une telle distribution de résultats. Par exemple, quel était le degré de compréhension de la notion de « mixité sociale » chez les répondants ? Ou encore, est-il possible que le biais de désirabilité sociale soit plus élevé dans les catégories plus instruites de la population ? On tentera, au maximum, de ne pas laisser libre cours à ses préjugés personnels dans l'analyse des tableaux.

Pour les variables qualitatives, un calcul statistique permet d'établir l'écart à l'indépendance (soit la mesure dans laquelle deux variables ne sont pas corrélées) : c'est la valeur χ^2 . Elle peut être calculée dans les logiciels d'analyse de tableaux croisés. Si le χ^2 est supérieur à une limite déterminée, on estime que l'écart est significatif à partir d'un certain seuil. Par convention, ce seuil est de 0,05. Ce renseignement indique ainsi si l'écart est significatif ou pas, et donc s'il existe une relation pertinente entre les variables. Autrement dit : si la probabilité d'obtenir une valeur donnée de χ^2 est inférieure à 5%, on conclura généralement qu'il y a une relation dans l'ensemble de la population. Pour calculer les relations entre les variables, il est donc nécessaire également de faire une inférence.

2 . Les analyses multivariées

Ces analyses sont les plus intéressantes pour prendre en compte la complexité de la réalité, puisqu'elles vont combiner et mettre en relation plusieurs variables explicatives. Quand on mène une recherche, c'est le niveau de compréhension le plus sûr pour établir des causalités. En effet, constater une liaison entre deux variables ne permet pas nécessairement d'affirmer qu'un lien de cause à effet existe. Le sens de la relation n'est pas certain, en outre une troisième variable pourrait influencer les deux premières. Les analyses multivariées servent

donc à s'assurer qu'une liaison observée est le signe d'une relation véritable entre deux variables.

L'idée est de réaliser un contrôle. Pour ce faire, on va introduire progressivement de nouvelles variables et en examiner les effets. La nouvelle variable sera la « variable-test ». On les sélectionne en prenant celles dont on pense qu'elles pourraient influencer le phénomène. Il en résultera une série de tableaux croisés à deux dimensions. L'introduction de sous-groupes affinera la lecture et permettra d'établir s'il y a ou non influence de la variable-test.

S'il apparaît que la relation est réelle, il s'agit alors de l'interpréter correctement en vertu de ses hypothèses. Les cadres théoriques vont nous aider à établir les relations causales en leur procurant du sens.

Prenons l'exemple de l'âge. L'influence de l'âge sur les réponses est souvent observable ; toutefois, la signification sociologique peut varier. D'une part, les effets « cycle de vie » (statut professionnel, familial et âge physiologique) vont influencer une série de comportements, attitudes etc. D'autre part, l'effet « générationnel » est également très fort : les opinions et croyances sont souvent corrélées aux positions dominantes durant sa période de socialisation. Il importe donc d'être méticuleux dans ses interprétations, et de se servir de la théorie pour les justifier.

3. La présentation des résultats

L'écriture du rapport est l'ultime étape d'une enquête bien menée. Nous n'allons pas nous attarder ici ; vous êtes habitués aux travaux universitaires. Nous allons simplement reprendre certains points qu'il peut être bon de se remémorer avant et pendant l'écriture du rapport.

Dans l'**introduction**, il est intéressant de bien situer le contexte de l'étude. Quel est l'objectif de l'étude ? Comment se situe-t-elle par rapport à des travaux précédents et qu'apporte-t-elle de plus ? Quelles en sont les limites ? Il faut rendre compte clairement de la question de recherche et des hypothèses élaborées. Les concepts clés du travail peuvent aussi être définis dans cette partie.

Les **méthodes** et **cadres théoriques** seront clairement précisés ensuite. La qualité d'un travail de recherche s'évaluera à la rigueur de la méthodologie employée. Il est donc fondamental de décrire les choix méthodologiques posés et les justifier, les instruments de collecte de données, les aspects logistiques (ressources, durée de l'enquête, conditions de réalisations des entretiens...) et techniques (logiciels, techniques d'analyse etc). Schématiquement, il faut

donc décrire quelles méthodes ont été choisies, et pourquoi.

Les **résultats** gagneront à être présentés sous un format qui combine textes et tableaux et/ou graphiques. Il faut être clair sur l'échantillon auquel ils s'appliquent et les caractéristiques précises des échantillons. Le rendu de l'analyse répond à la même règle que l'analyse elle-même : il importe d'être prudent et d'éviter les généralisations abusives.

La **conclusion** résume les résultats obtenus et les interprétations proposées. Les résultats sont situés par rapport à la question posée et aux hypothèses de recherche. Quand cela est possible, le chercheur compare les résultats à ceux d'autres recherches pour leur apporter un meilleur éclairage, éventuellement un renforcement. Il est toujours apprécié de rappeler les limites de l'étude et proposer des pistes de recherche pour une enquête future.

Dans une certaine mesure, faire une lecture combinée de l'introduction et la conclusion seules est un bon moyen de voir si le travail fait sens (notez d'ailleurs que certains lecteurs se contenteront de parcourir ces deux sections, il s'agit donc aussi d'un exercice utile pour vous assurer qu'elles sont claires et logiques).

La **bibliographie**, enfin, reprend l'ensemble des sources utilisées pour mener à bien la recherche (particulièrement durant la phase exploratoire). Il existe plusieurs guides de présentation des références (*cf.* partie IV). L'essentiel est d'être cohérent et standardisé.

Si besoin, les **annexes** suivront la bibliographie et seront scrupuleusement numérotées.

Section 4. D'autres méthodes de recherche

§.1. Les méthodes autres d'entretien

§.1.1. Les entretiens de groupe et le « focus group »

Les entretiens de type non-directif peuvent également se réaliser avec un groupe qui mènera une discussion collective sur la thématique choisie. Le rôle du chercheur prend alors une nouvelle dimension : outre l'attitude non-directive et les relances thématiques, il devra également endosser un rôle d'animateur et s'assurer de la participation de chaque *stakeholder* à la discussion ainsi que veiller à réguler la dynamique de groupe.

Généralement, les entretiens de groupe réunissent un nombre limité de participants (une dizaine) unis par une expérience commune. De même que pour les entretiens classiques, il est conseillé de conserver une certaine homogénéité entre eux, au risque de causer un sentiment trop important de distanciation sociale et entraver la parole. Le discours qui émanera des entretiens de groupe est différent du discours individuel, ou d'un agrégat de discours individuels, parce que partiellement forgé par les interactions entre participants et les dynamiques psychosociales.

Ce type d'entretien est privilégié dans les études qualitatives, mais peut également être complémentaire à une démarche quantitative (par exemple, pour éclairer l'analyse d'une enquête par questionnaire).

La technique la plus courante, très utilisée dans le monde professionnel (notamment en marketing) et scientifique, est appelée « **focus group** » (ou entretiens de groupe focalisés).

Il s'agit d'une méthode qualitative d'entretien visant à collecter des informations variées sur un sujet, dans l'objectif (a) d'extraire des perceptions et comportements sociaux et (b) de favoriser l'émergence de nouvelles opinions.

Concrètement, il s'agit de recruter entre 6 et 12 participants par session (avec un nombre représentatif de groupes selon l'objet d'étude) et de susciter une discussion ouverte dans une logique de créativité. Les participants peuvent être recrutés sur base volontaire ou selon une technique d'échantillonnage, dont le choix dépendra de l'existence ou non d'une liste exhaustive de la population concernée. La discussion s'organise autour d'un guide d'entretien qui recense les thématiques de l'étude (*cf.* entretiens semi-directifs). L'objectif des *focus group* n'est pas de tester une hypothèse explicative mais d'apporter des clés pour explorer les

« pourquoi ? » et « comment ? » de phénomènes en dégagant des perceptions, besoins, attentes ou comportements et en impliquant directement les populations concernées par l'objet d'étude en leur reconnaissant une expertise d'usage. La discussion dure entre 1h30 et 3h environ, et sera enregistrée pour permettre une retranscription intégrale. Puisqu'il s'agit de s'attarder particulièrement sur les contenus, cette étape (bien que fastidieuse) est indispensable.

Les résultats s'appréhendent sous forme d'une synthèse systématique, reprenant des données quantifiées (comparaison intergroupes et pourcentages) et analysant les contenus. L'inconvénient principal du *focus group* est que les résultats ne sont pas généralisables, mais les avantages restent nombreux. Ils mettent en évidence des représentations, mais aussi des argumentaires et des difficultés éventuelles dans le développement de la discussion. Cet outil est séduisant pour des décideurs parce qu'il permet de rendre compte des besoins, attentes et priorités des populations. Il est ainsi utilisé en marketing par exemple (décideurs économiques), mais aussi avant le lancement de certaines campagnes publiques pour lesquelles on veut limiter le facteur de résistance (décideurs politiques).

2.1.1 L'approche biographique

Elle consiste à récolter des récits de vie en combinant des séquences de la vie de l'enquêté et le développement de thèmes en rapport avec l'objet d'étude.

§.1.2. L'entretien centré

Organisé autour d'un guide d'entretien, il vise à analyser les réactions d'un sujet dans une situation particulière.

§.2. Les méthodes autres que l'enquête

§.2.1. L'observation directe

Le travail de terrain consiste à une observation d'un groupe *in situ*. Le chercheur rencontre les sujets où ils se trouvent et dans leur occupation, et joue un rôle qui lui permet de décrire leur activité. Ce sont les seules méthodes de recherche sociale captant les comportements lorsqu'ils surviennent, sans l'intermédiaire d'un document ou témoignage. On parle d'observation « non-participante » ou « participante » selon que l'observateur tentera de se faire oublier en s'insérant discrètement dans le groupe, ou intégrera pleinement les activités en y contribuant (auquel cas, il peut choisir ou non de révéler son identité en fonction de l'objectif poursuivi).

L'observation convient particulièrement aux analyses du non-verbal et de ce qu'il révèle ainsi qu'à l'étude des événements tels qu'ils se produisent. Les avantages de ces méthodes tiennent à l'authenticité des comportements par rapport aux paroles et écrits, ainsi qu'à la spontanéité de la situation. Les inconvénients tiennent à la difficulté de se faire accepter comme observateur dans un groupe, la mémoire sélective de l'enquêteur (il est très difficile de se rappeler ou retranscrire tous les comportements) et le problème de l'interprétation des observations (les processus risquent d'être simplifiés en pratique).

§.2.2. L'expérimentation

La méthode expérimentale consiste à mettre à l'épreuve une hypothèse en modifiant intentionnellement un facteur manipulé par le chercheur. Le but est d'observer l'effet produit par cette manipulation afin de valider ou invalider l'hypothèse.

§.2.3. Les études de traces

Il s'agit d'une étude documentaire, où des « traces » d'un phénomène sont étudiées à travers une revue des écrits, relevés statistiques ou inventaires qui lui sont liés. Selon la question posée, les documents font l'objet d'une analyse quantitative (analyses statistiques) ou qualitatives (analyses de contenu).

Ces études conviennent bien aux recherches qui visent à analyser des phénomènes de type macrosociaux ou démographiques ; à l'analyse des changements sociaux dans l'histoire ; aux études des idéologies ou systèmes de valeur dans un sens large.

Les avantages principaux sont les gains de temps et d'argent inhérents à ce type d'études, ainsi qu'à la mise en valeur des documents recueillis. Les inconvénients de cette méthode sont que les documents ne sont pas toujours disponibles ou accessibles, en outre les données ne sont pas toujours fiables ou vérifiables.

§.2.4. Le sondage

Le sondage est une technique plus restrictive que l'enquête. Une définition courante est la suivante : « enquête menée auprès d'un échantillon de personnes qui sont considérées comme représentatives d'un ensemble social sur lequel on souhaite recueillir des informations ou connaître l'opinion ».

Le sondage vise à rendre compte des opinions à un moment donné, et s'exprimera toujours par des chiffres (par exemple des pourcentages). L'enquête, pour sa part, n'est pas toujours

quantitative et elle cherche à dépasser la simple description de phénomènes. Là où celle-ci a une valeur explicative, le sondage décrit des distributions de réponses. Le choix de l'échantillon est donc fondamental, et l'analyse sera plus limitée que dans les enquêtes qualitatives.

Les étapes de réalisation d'un sondage sont similaires à celles du questionnaire, et comme pour celui-ci, les résultats obtenus auprès de l'échantillon seront extrapolés à l'ensemble de la population représentée.

On peut distinguer les sondages ponctuels (réalisés une fois pour identifier certaines caractéristiques de la population) ; les sondages répétés (réalisés à plusieurs reprises afin d'observer l'évolution de ces caractéristiques) et les sondages panel (réalisés plusieurs fois sur les mêmes échantillons afin d'évaluer un changement au niveau individuel).

Les sondages sont assez faciles à obtenir et peu coûteux, ce qui les rend séduisants. Les deux grandes difficultés inhérentes à cette technique sont le risque de généralisation abusive et le mauvais échantillonnage. Le choix de l'échantillon et la taille de celui-ci par rapport à celle de la population sont ainsi deux éléments essentiels de réussite d'un sondage (*cf.* 1.3).

Section 5. Le choix de la méthode

Le choix de la méthode est primordial. Il dépend de l'objectif poursuivi par l'étude et de la question de recherche.

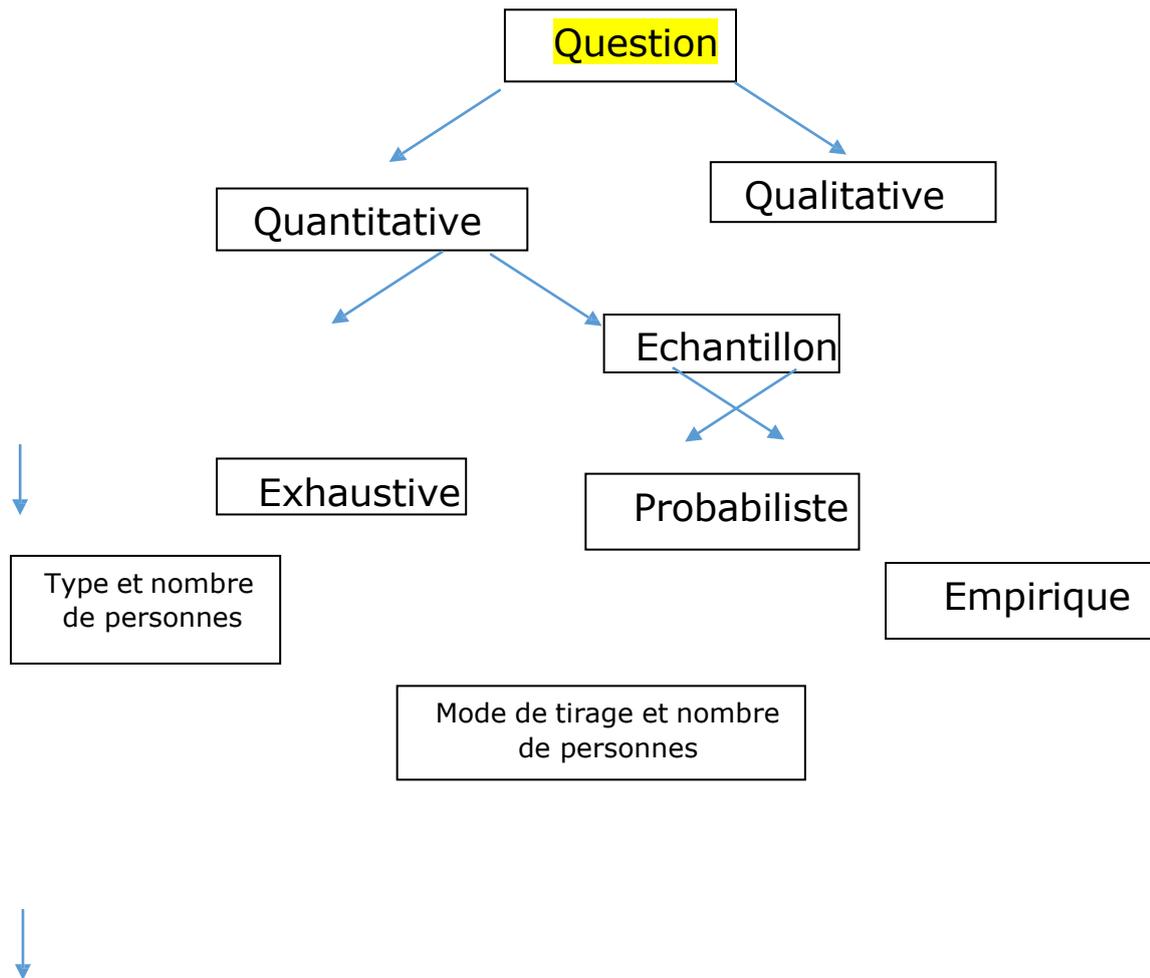
Exemple : une étude peut avoir pour objet la consommation de tabac en école secondaire.

Si l'objectif est d'identifier les motivations liées à cette consommation, on privilégiera une méthode qualitative qui insistera sur les perceptions liées à ce comportement social afin de dégager des configurations.

Si l'objectif est de suivre l'évolution du nombre de fumeurs, on choisira une méthode quantitative, incluant une représentativité statistique et permettant de dégager des liens de causalité avec des variables indépendantes, par exemple l'âge des consommateurs.

Ce choix est aussi lié à des critères pratiques : la qualité d'information désirée, l'information disponible et les ressources existantes (temps, argent, ressources humaines...).

Voici un premier outil technique (tiré de Jacquemain (2014), Exercices dans le cadre du cours de « Méthodologie de la recherche ») qui vous aidera à vous guider dans votre choix :



On doit bien partir de la question ! Toute recherche débutera par la définition de la question de recherche, et progressivement la construction des hypothèses et de la problématique associée. Vous pourrez alors vous diriger pas à pas vers la méthode la plus adéquate.

Afin de vous repérer plus aisément, et en titre de résumé, le tableau suivant reprend les principales méthodes recensées dans ce guide, le type d'études liées à ces méthodes, leurs principaux avantages et inconvénients :

Méthodes courantes	Type d'études	Avantages	Inconvénients
Entretiens « classiques »	Enquêtes qualitatives	Validité interne forte (réponses nuancées et possibilités de rétroaction) Analyse approfondie du contenu Met en avant des perceptions, expériences, attitudes...	Validité externe faible (peu de personnes interrogées et réponses très variées) Faible représentativité
Questionnaire	Enquêtes quantitatives	Validité externe forte (questions standardisées et recours à des techniques d'échantillonnage) Représentativité du groupe Comparaison aisée des données	Validité interne faible (réponses précodées et peu nuancées) Moindre possibilité d'analyse de contenu
Entretiens de groupe	Enquêtes qualitatives surtout	Peut mettre en place une dynamique créative et favoriser l'émergence d'opinions Technique participative, implication plus forte des <i>stakeholders</i>	Les résultats dépendent de la dynamique engendrée par le groupe Laborieux (dans la préparation, au moment de l'entretien et dans la retranscription)
Sondage	Technique qualitative	Valeur descriptive par rapport à une distribution d'opinions Facile et peu coûteux	Pas de valeur explicative par rapport à l'objet Informations limitées

Observation	Etudes de comportements <i>in situ</i> ou d'événements en temps réel	Grande authenticité Spontanéité des comportements	Difficulté de se faire accepter comme observateur Peut conduire à une mémoire sélective ou des interprétations
Etudes de trace	Qualitatif ou quantitatif	Met en valeur les documents utilisés Peu coûteux en temps et argent	Dépend de l'information disponible

Lorsque les moyens le permettent, combiner plusieurs méthodes autour d'un objet de recherche peut permettre d'affiner et approfondir les résultats. Par exemple, réaliser un « focus group » avec une partie des répondants à un questionnaire pourra permettre de mieux comprendre leurs réponses au questionnaire. A vous de mesurer vos ressources, sans vous disperser pour autant !

CONCLUSION GENERALE :

Car l'économie est une science sociale au plus exactement une science d'observation et d'argumentation mais ceci n'a pas pour autant empêché aux économistes de procéder à des formulations mathématiques dans leurs analyses de fait économiques. C'est le cas de la théorie marginaliste. Cependant malgré les apports de la méthode mathématiques il n'existe pas encore des sciences économiques précises qui permettraient de faire des prévisions exactes.

L'analyse épistémologique de l'économie a mis en évidence la succession de certains paradigmes ayant chacun ces propres hypothèses, ces propres concepts et son propre théorie répondant ainsi aux impératives de la science et c'est en utilisant les invariants afin d'analyser les faits et les dégager par la mite des lois et des théoriques.

RESSOURCES PERTINENTES

A. Les cours et formations

❖ Ressources pertinentes

Un certain nombre de cours de méthodologie sont dispensés à l'ULB et peuvent être suivis en élève libre (après consultation du titulaire !). En voici quelques-uns qui peuvent vous intéresser. A noter que la plupart de ces cours sont divisés en parties théoriques et pratiques – à vous d'en tirer le meilleur parti. Les cours repris ici sont les cours de méthodologie générale. Plusieurs départements offrent également des méthodologies appliquées à des disciplines précises d'une part, et à la préparation au mémoire d'autre part. Ce ne sont pas ceux qui ont été retenus ici, toutefois certains documents spécifiques repris en 3.2 sont issus de ces derniers.

❖ Les cours de bachelier

Matteo Gagliolo, *Formalisation pour les sciences sociales et politiques* (SOCA - D173), premier quadri (plusieurs horaires disponibles, voir Gehol)

Guy Lebeer, *Méthodologie de l'entretien de recherche* (PSYC - D202), premier quadri (mercredi 14 – 16h)

❖ Les cours de master

Amandine Crespy (coordonnateur), Julien D. Iglesias, *Méthodes d'enquête de terrain* (POLI-D438), cours dispensé à l'ULB, deuxième quadri (lundi 12 – 16h & vendredi 14 -18h)

Dirk Jacobs, *Analyse quantitative en sciences sociales* (SOCA - D403), deuxième quadri (voir Gehol)

Catherine Vermandele, *Méthode d'enquête et de sondage* (STAT - D307), deuxième quadri (lundi 12 – 14h)

❖ Formations liées

Initiations à [Cible+](#), organisées sous forme de séances de 2h par la bibliothèque des Sciences Humaines (calendrier disponible sur leur [site internet](#))

MOOC (*massive online open courses*) de l'ULB intitulé : « [Méthodes de sondage et](#)

d'enquête », disponible sur la plateforme France Université Numérique (FUN). Sous la direction de Catherine Vermandele, ce cours explore les outils statistiques permettant d'appréhender la précision d'un sondage et détaille les étapes de réalisation d'un sondage pertinent.

B. Les ouvrages et articles

Certains des ouvrages de référence en la matière sont cités, à côté d'autres sources plus mineures, dans la partie 4 (bibliographie) et sont bien entendu à consulter de pair avec cette rubrique. Les références recensées ici sont davantage spécifiques et sont classées en fonction de leurs apports précis. Tous sont disponibles sur internet, ou en bibliothèques à l'ULB. Il est à noter que certains guides peuvent proposer des voies d'étude divergentes. Ce qui est important dans votre travail est de rester cohérent dans votre méthodologie. Il vous est donc possible, dans une certaine mesure, de poser des choix méthodologiques et rédactionnels propres pour autant qu'ils soient clairement identifiés et conservés tout au long du travail. A noter que cette rubrique reprend seulement une sélection de références, et peut ainsi être complétée par vos soins. En outre, les liens url sont ajoutés pour votre facilité – mais sachez que les sites ayant été consultés en octobre 2015, ils ne sont pas à l'abri de devenir obsolètes. A vous aussi de les faire revivre !

❖ Les guides de recherche documentaire

ULB – Espace Sciences et Technologies : [Guide de recherche documentaire](#) (online)

Pochet B., Chevillotte S. et Noël E. (2005), *Méthodologie documentaire : rechercher, consulter, rédiger à l'heure d'Internet*, Bruxelles, De Boeck (2^e éd.)

❖ Les guides de rédaction scientifique

ULB – Centre de Méthodologie Universitaire (2007) : [Guide méthodologique pour la rédaction de travaux](#)

Université de Montréal (2013) : [Guide de présentation d'un travail écrit](#)

Université du Québec à Chicoutimi (2007) : [Guide de rédaction et de présentation d'un texte scientifique](#)

C. Pour en savoir plus sur...

❖ Les entretiens :

Blanchet A. (2015), *Dire et faire : l'entretien*, Paris, Armand Colin

Duchesne S. (2000), Pratique de l'entretien dit "non-directif", in Bachir M. (dir). *Les méthodes au concret. Démarches, formes de l'expérience et terrains d'investigation en science politique*, PUF, 9 -30

Magioglou T. (2008), L'entretien non directif comme modèle générique d'interactions, *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale* 2/2/78, 51-65

Romelaer P. (2005), « L'entretien de recherche », in Roussel P. *Management des ressources humaines : méthodes de recherche en sciences humaines et sociales*, De Boeck

❖ Le développement d'un questionnaire :

Vermandele C., Méthodologie d'enquêtes, ch 11. du cours de « Méthodes de Sondage et d'Enquêtes » dispensé à l'ULB

Vilatte J-C (2007), La méthodologie de l'enquête par questionnaire, Formation « évaluation », Université d'Avignon

❖ Le focus group et les entretiens de groupe :

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

Baribeau C. et Germain M. (2010), L'entretien de groupe : considérations théoriques et méthodologiques, *Recherches Qualitatives*, Vol 29 (1), 28 – 49

Morgan D. (éd.) (1993), *Successful Focus Groups, Advancing the state of the Art*, A Sage Focus Edition, Newbury Park, London

Evans C. (2011), La méthode des focus group, Bibliothèque Centre Pompidou, 6p.

❖ L'observation :

Arborio A-M et Fournier P (2005), *L'enquête et ses méthodes : l'observation directe*, Paris, Armand Collin

❖ Le sondage :

Vermandele C., Les méthodes de sondage non-aléatoires, ch 10. du cours de « Méthodes de

Sondage et d'Enquêtes » dispensé à l'ULB

Ardilly, P. (1994), *Les techniques de sondage*, Technip, Paris

Tillé Y. (2001), *Théorie des sondages : échantillonnage et estimation en populations finies (Cours et exercices avec solutions)*, Dunod, Paris

D. Les sites internet

- [Bibliothèque électronique de l'ULB](#) : comprend des liens vers des banques de données, et de nombreux abonnements à des périodiques électroniques (vos identifiants vous donnent accès gratuitement à ces ressources, autrement souvent chères – profitez-en !).
- [Le site de formation des bibliothèques de l'ULB](#) : contient en particulier un espace « [Méthodologie de la recherche](#) » reprenant des manuels méthodologiques, de modes d'emploi des ressources documentaires des bibliothèques, de guides d'élaboration d'un travail ainsi que des informations sur le référencement bibliographique afin d'éviter le plagiat.
 - Reprenons au passage [Infosphere](#), un excellent site initié par l'UQAM (Université du Québec à Montréal) détaillant les étapes de la recherche documentaire et comprenant tutoriel et exercices *online*.
 - [Docupole](#) (accès via l'université virtuelle, nom d'utilisateur : docupole, mot de passe : Docupole02+) : cours d'initiation documentaire en ligne, est destiné à tout étudiant confronté pour la première fois à un travail de recherche documentaire. De niveau basique, il se veut généraliste et donc accessible à chacun quelle que soit son orientation. L'exploration complète de ce cours, y compris la réalisation des exercices proposés, demande environ 4 heures.
 - [Cible+](#) : répertoire des ressources bibliographiques de l'ULB
 - [Unicat.be](#) (Union Catalogue of Belgian Libraries) : un outil super qui vous permet de localiser n'importe quel texte scientifique dans les bibliothèques belges.
 - [Spiral](#) : Spiral est un centre de recherche de l'Université de Liège (ne soyons pas trop chauvins !) dont l'un des axes de recherche est basé les développements méthodologiques

visant à favoriser la participation de *stakeholders* dans des processus décisionnels. Leur onglet « [outils](#) » présente quelques méthodes souvent moins connues (l'atelier-scénario, le jury de citoyens, le laboratoire du futur...), adaptées à des recherches requérant une implication active des participants. Chaque méthode est en outre enrichie par une courte liste bibliographique lui correspondant.

- [Sudoc](#) : catalogue collectif français réalisé par les bibliothèques et centres de documentation de l'enseignement supérieur et de la recherche français. Il comprend plus de 10 millions de notices bibliographiques.