

Cours n° 06

Intitulé du cours	La méthode quantitative
Points à développer	1. Définition 2. Avantages et inconvénients 3. Techniques principales

1. Définitions

Les méthodes quantitatives: consistent à collecter un nombre important d'observations pour décrire et/ou expliquer un phénomène ou un comportement. Il s'agit de faire un constat chiffré d'une situation prédéterminée et précise et de mettre en évidence des relations causales entre des variables choisies (l'effet d'une variable sur une autre). Cette approche permet la généralisation des résultats. Les partisans de l'approche quantitative soutiennent que la recherche dans le domaine des sciences humaines et sociales doit être objective et généralisable dans tout contexte. La méthodologie quantitative permet de mesurer les opinions ou les comportements (combien de fois par jour se rendant-il à la mosquée ?) dans une étude par exemple religieuse. Elle permet également de décrire les caractéristiques d'une population ayant une opinion ou un comportement particulier à travers le recours à l'usage des statistiques (les travaux de Durkheim sur le suicide).

Par ailleurs, la méthode quantitative se caractérise par la taille des échantillons (probabiliste, aléatoire simple, systématique, stratifié, en grappe) sur lesquels s'applique, et les techniques de recherche qu'elle utilise. Elle s'applique également à de larges populations (grands échantillons 100, 1000, et plus) pour connaître leurs caractéristiques par le biais des questionnaires standardisés, suivi d'une analyse statistique en vue d'une généralisation des résultats obtenus.

2. Avantages et inconvénients

Parmi les avantages de l'utilisation de l'approche quantitative, c'est que l'assignation aléatoire lors du placement des participants aux groupes de traitement différent grandement contribue à l'objectivité des résultats. Aussi, une méthodologie de recherche quantitative permet souvent aux chercheurs d'identifier une relation de cause à effet. Un autre avantage est que les données quantitatives montrent des mesures qui fournissent des renseignements utiles sur le sujet (s) d'étude. Les chiffres et les statistiques utilisées dans les études quantitatives permettent de faire des inférences et des évaluations sur les sujets d'étude.

En termes d'inconvénients, les résultats trouvés dans les études quantitatives ne sont pas nécessairement applicables à des phénomènes similaires dans le monde réel, comme la recherche est effectuée dans un laboratoire ; par conséquent, la généralisation est faible en recherche quantitative. Les caractéristiques de la demande sont un problème, parce que les

participants à une étude quantitative agiront différemment parce qu'ils sont à l'étude et dans un environnement peu familier. Un autre inconvénient est le centre des résultats sur l'identification des tendances et des normes. Les différences individuelles ne sont pas appréciés, ni sont ils désiraient ; chercheurs dans ce cadre ne veulent pas de valeurs statistiques aberrantes l'inclinaison de leurs données. Enfin, confondre les variables est toujours présent, même si les chercheurs se concentrent sur le contrôle étroitement à l'environnement.

3. Techniques principales

3.1. L'échantillonnage

Avant de commencer une étude quantitative, l'enquêteur doit faire remplir une partie sur les informations personnelles de la personne interrogée. Cette partie est utile pour connaître le sexe, l'âge, et la situation sociale des individus interrogés, et ainsi contrôler la représentativité de l'échantillon .

Il y a toute une science des échantillons, particulièrement pour les sondages. Quand on veut prédire le résultat d'une élection par exemple, il est important que le nombre de personnes interrogées soit suffisant pour qu'on puisse généraliser les résultats à l'ensemble de la population. Évidemment on ne peut pas questionner tout le monde, Il faut donc construire un échantillon c'est à dire un nombre précis de personnes qui va être « représentatif » de toute la population. Lorsque l'on construit un tel échantillon, il faut s'assurer que les personnes identifiées représenteront de façon proportionnelle les caractéristiques de la population que l'on souhaite sonder. Par exemple, il s'agira peut-être d'interroger un nombre égal d'hommes et de femmes, d'âiné-e-s et de jeunes, de personnes avec des statuts économiques variés, etc. Les caractéristiques que l'on retiendra dépendront de la population que l'on souhaiter sonder. Cela peut également contribuer à raffiner l'analyse des résultats.

3.2. Le sondage

Le sondage permet d'obtenir une réponse précise sur une question donnée. Cette question est posée à un échantillon représentatif d'individus, c'est-à-dire que les personnes interrogées doivent représenter la population étudiée en théorie. Par exemple, on peut souhaiter réaliser une enquête pour connaître le niveau d'accès de la population de la communauté à l'alimentation traditionnelle. Pour connaître le nombre exact de personnes qui en consomment, un questionnaire pourra être distribué à tous les foyers de la communauté.

Un sondage peut également permettre de connaître l'opinion de la population sur une question très précise. Pour sonder des groupes très importants, des outils statistiques et du personnel sont généralement nécessaires. Certaines entreprises sont spécialisées dans ce genre de recherche. Toutefois malgré des moyens réduits, il est possible de réaliser soi-même des sondages. Par exemple, il pourrait être possible de passer dans toutes les maisons de la communauté et de poser des questions très précises sur un sujet identifié au préalable, puis de compiler les réponses afin d'avoir des données précises. Il est préférable d'avoir peu de questions et que ces questions soient simples et directes de façon à éviter les interprétations.

3.3. Le questionnaire

Le questionnaire permet de poser plusieurs questions, ouvertes ou fermées à un échantillon représentatif de la population étudiée. Il fournit des réponses statistiques sur des sujets précis. Le questionnaire peut être un formulaire écrit que toutes les personnes participantes vont remplir. Ainsi, tous les participant-e-s à la recherche répondront aux mêmes questions. C'est ce qui permettra de bâtir des statistiques car les réponses seront comparables et elles peuvent être comptées. Il faut choisir avec soin les questions à poser en se basant sur la question de recherche.

Il y a plusieurs façons d'administrer un questionnaire (de faire remplir): en l'envoyant par la poste et en donnant une date de retour (pour assurer la participation, une enveloppe de retour doit être incluse dans l'envoi et préaffranchie); en procédant par téléphone; en distribuant les questionnaires de porte en porte avec un moment précis où passer les récupérer; en passant de maison en maison pour les faire remplir en personne; ou encore, en se présentant à un événement ou un lieu où l'on pourra rejoindre un grand nombre de personnes correspondant aux caractéristiques de la population que l'on souhaite sonder. Chaque méthode a ses bons et ses mauvais côtés: les envois par la poste sont plus incertains et onéreux mais moins exigeants en termes de temps; passer par chaque maison et inscrire soi-même les réponses garantit le taux de réponse mais ne respecte pas l'anonymat; passer dans chaque maison mais laisser à la personne le soin de remplir le questionnaire seule et revenir le chercher dans une enveloppe fermée, prend beaucoup de temps mais peut en revanche assurer un bon taux de réponse.