

Comment réconcilier les SHS avec elles-mêmes ?



# La méthode des échelles d'observation de D. Desjeux

par Gaëtan Brisepierre, doctorant  
Décembre 2007

# Plan

- Introduction
- 1. Les caractéristiques de la méthode
- 2. Les échelles d'observation : l'exemple de la consommation
- Conclusion

# Introduction : qu'est-ce que c'est ?

- Un **découpage de la réalité sociale** en fonction des points de vue.
- Une **stratégie de rigueur** pour expliquer et comprendre les mécanismes des phénomènes sociaux.
- Une **typologie des recherches en SHS** pour en déterminer la zone de pertinence.

# Le principe

**Quand on change d'échelle d'observation  
on ne voit pas la même chose !**

- Analogie avec :
  - la **carte** en géographie,
  - le **microscope** en biologie,
  - le **macro et le micro** en économie,
  - la **focale** en photographie.
- En sociologie c'est pareil, mais c'est moins habituel !

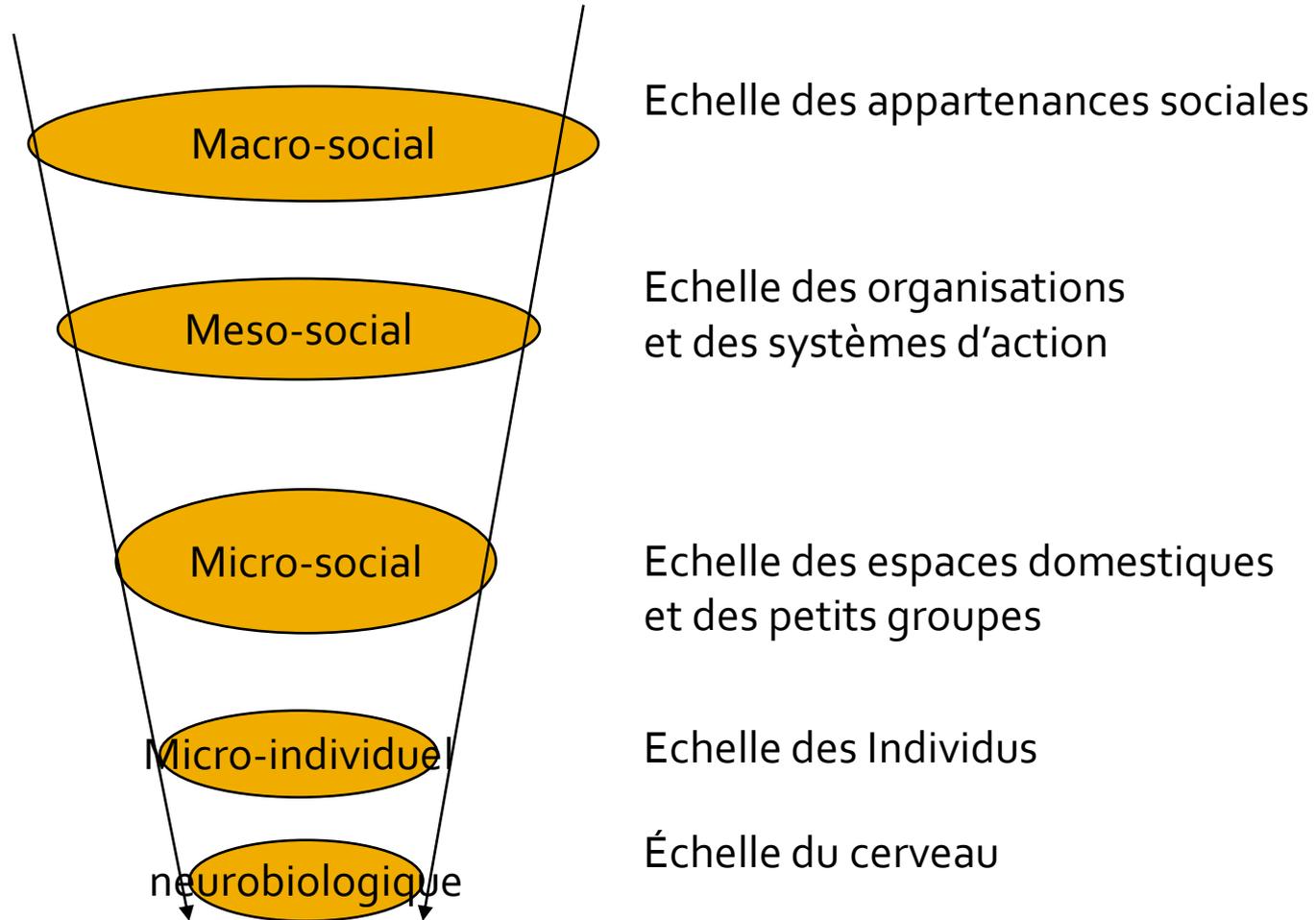


# Caractéristiques (1/2)

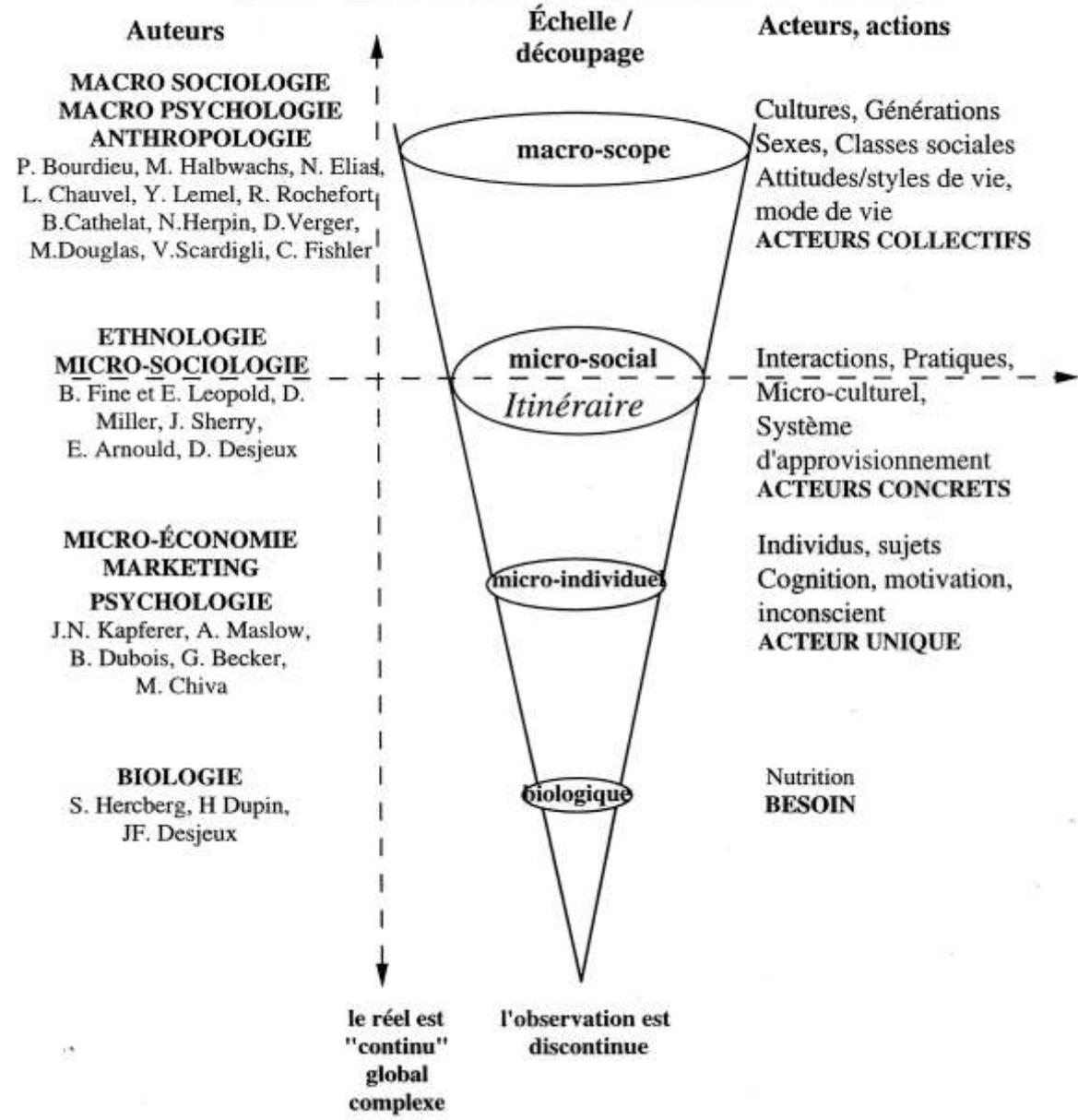
- **Point de départ empirique** : la découverte des échelles est liée à la variabilité des enquêtes de terrain.
  - Contre la « querelle des méthodes », pour la complémentarité.
  - Contre les « ...ismes », l'approche par les Ecoles de pensée.
  - Contre les approches disciplinaires.
- Une réponse au **paradoxe de l'observation** du social :
  - L'observation discontinue d'une réalité continue.
  - « *On ne peut pas mesurer à la fois la position et le déplacement* ».

# Caractéristiques (2/2)

- Un « **relativisme méthodologique** » tempéré et pas absolu.
- Un modèle **transdisciplinaire et interdisciplinaire**.
- Un modèle explicatif **multifactoriel** et pas de cause unique ou première.
- Il n'y a **que des « généralisations limitées »** à une échelle et pas d'approche globale ou holiste.
- La **recherche du « vrai »** plutôt que de la vérité.
- **Cumuler l'information** plutôt qu'additionner.
- **Une VI devient une VD** en changeant d'échelle.
- A une échelle **correspond plusieurs techniques de recueil** des données



**1 ÉCHELLES D'OBSERVATION: CONSOMMATION**  
**acquisition, consommation, usage des biens et services**



# Rappel du plan

- Introduction
- 1. Caractéristiques de la méthode
- 2. Les échelles d'observation : l'exemple de la consommation
- Conclusion

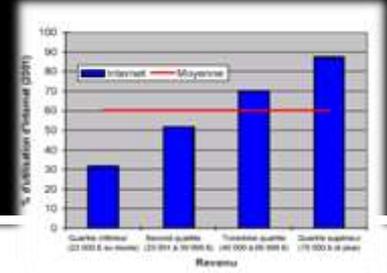
# Généralités

- **Un phénomène social peut s'analyser à plusieurs échelles.**
- Exemple du pouvoir :
  - La domination et sa légitimité → Macro-social
  - Les relations de pouvoir → Méso et micro-social
  - L'autorité → Micro-individuelle

# L'exemple de la consommation

- La consommation comme **phénomène social** dont il faut expliquer et comprendre les mécanismes.
- On n'aborde pas la consommation pour elle-même (marketing) car le choix individuel est aussi **une construction sociale**.
- On s'intéresse :
  - à la consommation comme **analyseur de la société**
  - aux **usages sociaux** de la consommation

# Macro-social

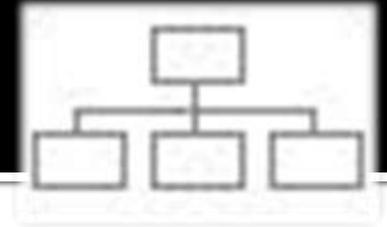


- C'est l'échelle des **appartenances sociales** : sexe et genre, âge et génération, strate et classe sociale, culture et communauté.
- *Principe explicatif* : la **corrélation statistique** entre deux variables.
- *Objets* : **lien social**, structure sociale, mode de vie, classe sociale, culture et valeurs, grands imaginaires, tendances sociales.
- La société dans son ensemble, l'individu n'est pas visible.
- *TRD* quantitative : **questionnaire...**
- *Disciplines* : macro-économie, anthropologie, démographie...

# Consommation : macro-social

- La consommation est un **mécanisme d'échange social et symbolique** entre classes, genres, générations, ethnies...
- La décision d'achat devient **une boîte noire**, les comportements des consommateurs sont agrégés, **ce que l'on regarde c'est le résultat.**
- Ex : Bourdieu et la théorie de « l'habitus » : lien entre appartenance sociale et goût esthétique. La consommation est un moyen de différenciation entre classes sociales : la photographie est un art moyen. (*La Distinction*, 1979)

# Méso-social



- C'est l'échelle des **systèmes d'action** c'est-à-dire des interactions entre acteurs sociaux.
- *Principe explicatif* : le **contexte** c'est-à-dire la situation et ses paramètres.
- *Objets* : marchés, **organisations**, institutions ...
- *Fait apparaître* : les **processus** sociaux comme l'innovation, les réseaux, : les intérêts, les rapports de pouvoir, les marges de manœuvre, les « rugosités » sociales...
- La société devient un ensemble de systèmes d'action, l'individu n'apparaît pas encore.
- *TRD* : entretiens à dire d'experts, analyse stratégique...
- *Disciplines* : sociologie des organisations, sciences politiques...

# Consommation : méso-social

- La consommation est un **système d'action organisé autour d'un marché** :
  - Acteurs politico-administratif
  - Groupes de pression
  - Entreprises
- La décision d'achat est le **résultat des interactions stratégiques (du jeu) entre acteurs sociaux** qui luttent pour orienter le marché en fonction de leurs intérêts.
- Ex : les marchés de l'énergie
  - le choix du diesel et de l'électricité nucléaire fin des 70's
  - le choix des biocarburants (*versus* hybridation) pour la voiture propre.Ils sont le résultat de l'interaction stratégique entre acteurs sociaux (Etat, industriels, consommateurs...)

# Micro-social



- C'est l'échelle du **quotidien** c'est-à-dire des interactions entre acteurs individuels.
- *Principe explicatif* : le **contexte** c'est-à-dire la situation et ses paramètres objectifs et subjectifs.
- *Objets* : **famille**, immeuble, groupe de pairs, entreprise, association...
- *Fait apparaître* : les pratiques, les usages, les routines, la sociabilité, l'identité...
- *TRD* : entretiens semi-directifs, observation directe, méthode des itinéraires, focus group...
- *Disciplines* : ethnologie...

# Consommation : micro-social

- La consommation est un **élément constitutif du lien social** familial, amical, professionnel...
- La décision d'achat est le résultat d'une **suite d'interactions entre individus** (ex : les membres d'une famille).
- Ex : la « manipulation » des parents par les enfants commence dans la cours de récréée et finit à table, en passant par la liste de courses et le magasin.

# Micro-individuelle



- C'est l'échelle de l'**individu** c'est-à-dire de l'acteur unique.
- *Principe explicatif* : les **motivations** conscientes ou inconscientes.
- *Objets* : individu, acteur, agent, sujet, personne...
- *Fait apparaître* : arbitrage, calcul, émotions, normes sociales incorporées, attentes, l'intention, signes.
- La société n'apparaît plus, on voit seulement l'individu.
- *TRD* : entretien non-directif...
- *Disciplines* : Psychologie, psychanalyse, micro-économie, sciences cognitives, marketing, psychologie sociale...

# Consommation : micro-individuelle

- La consommation disparaît, on voit seulement le **comportement d'achat**.
- La décision d'achat est **un choix individuel** à un moment unique en fonction d'arbitrage conscient et de motivations inconscientes :
  - calcul coûts/bénéfices
  - routines ou « tunnels cognitifs »
  - préférences ou indifférence
- Ex : le « shopper » devant un linéaire de la grande distribution

# Biologique

- C'est l'échelle **des cellules et du cerveau**
- *Principe explicatif* : le déterminisme biologique selon un schéma S-R (stimuli-réponse)
- *Objets* : les **processus physiologiques et neurologiques**
- *Fait apparaître* : les **besoins**, les mécanismes organiques
- La société n'apparaît pas, ce que l'on voit c'est l'individu comme une machine, d'un point de vue fonctionnel
- *Disciplines* : biologie, neurologie, ergonomie, génétique...
- *Exemple* : le processus de nutrition

# Conclusion

- Une « **tournure d'esprit** », un automatisme à acquérir en se posant systématiquement la question : *A quelle échelle... ?*
- Une **méthodologie souple** à adapter en fonction des cas, et pas un dogme rigide.
- Ce qui est intéressant c'est :
  - de **changer d'échelle** (principe de mobilité de l'observation),
  - d'**étudier le rapport** entre les échelles,
  - de **trouver les interstices** entre échelles.

# Bibliographie : D. Desjeux

- *Les Sciences Sociales, Que sais-je ?*, PUF, 2004.
- *Les échelles d'observation de la consommation*, Argonautes C&S, 1998.
- *Echelles d'observation, itinéraire micro-social*, Conférence Sciences Po, Argonautes C&S, 2005.
- *Décisions, rationalité et échelles d'observation*, Argonautes C&S, 2005.