

## **Les tendances épistémologiques et méthodologiques de la recherche en management des Big Data - une analyse sur la période 2017-2022**

### **Epistemological and methodological trends in Big Data management research - an analysis for the period 2017-2022**

**GHANOUANE Karim**

Docteur

Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales Mohammedia

Université Hassan 2 Casablanca

Laboratoire de Régulation Economique et Intelligence Stratégique

Maroc

**ghanouanekarim@gmail.com**

**BENKARAACHE Taoufik**

Enseignant chercheur

Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales Mohammedia

Université Hassan 2 Casablanca

Laboratoire de Régulation Economique et Intelligence Stratégique

Maroc

**benkaraache@gmail.com**

**Date de soumission** : 21/08/2023

**Date d'acceptation** : 03/10/2023

**Pour citer cet article** :

GHANOUANE.K & BENKARAACHE.T . (2023) « Les tendances épistémologiques et méthodologiques de la recherche en management des Big Data - une analyse sur la période 2017-2022 », Revue Française d'Economie et de Gestion « Volume 4 : Numéro 10 » pp : 34 – 52.

Author(s) agree that this article remain permanently open access under the terms of the Creative Commons

Attribution License 4.0 International License



## Résumé

La prolifération des Big Data a provoqué un changement sismique dans les industries, obligeant les organisations à faire face à une série de défis liés aux données. En réponse, cette étude se lance dans une exploration des tendances épistémologiques et méthodologiques dominantes dans le domaine des "affaires, de la gestion et de la comptabilité" en ce qui concerne le management des Big Data. En nous appuyant sur une analyse textuelle réalisée à l'aide de NVIVO, nous examinons un ensemble de données complet comprenant 723 articles indexés par SCOPUS, couvrant les années 2017 à 2022.

Notre enquête révèle un paysage multiforme d'orientations épistémologiques, avec le positivisme, le constructivisme et l'interprétativisme émergeant comme des paradigmes influents qui façonnent le domaine. Parallèlement, nous observons que la recherche sur le management des Big Data s'appuie principalement sur des méthodologies quantitatives, tout en reconnaissant le rôle complémentaire des approches qualitatives.

L'objectif de cette étude est de comprendre comment ces tendances épistémologiques et méthodologiques s'entremêlent, favorisant en fin de compte une compréhension profonde du domaine dynamique des Big Data. Cette analyse approfondie sert de base aux chercheurs et aux praticiens qui s'efforcent de naviguer sur le terrain complexe du management des Big Data, leur permettant ainsi d'exploiter efficacement les connaissances fondées sur les données.

**Mots clés :** Big Data ; analyse textuelle ; épistémologie ; méthodologie ; Management.

## Abstract

The proliferation of Big Data has caused a seismic shift in industries, forcing organisations to confront a range of data-related challenges. In response, this study embarks on an exploration of the dominant epistemological and methodological trends in 'business, management and accounting' as they relate to Big Data management. Drawing on textual analysis using NVIVO, we examine a comprehensive dataset comprising 723 SCOPUS-indexed articles covering the years 2017 to 2022.

Our investigation reveals a multifaceted landscape of epistemological orientations, with positivism, constructivism and interpretivism emerging as influential paradigms shaping the field. At the same time, we observe that Big Data management research relies predominantly on quantitative methodologies, while acknowledging the complementary role of qualitative approaches.

The aim of this study is to understand how these epistemological and methodological trends intertwine, ultimately fostering a deep understanding of the dynamic field of Big Data. This in-depth analysis serves as a foundation for researchers and practitioners striving to navigate the complex terrain of Big Data management, enabling them to effectively harness data-driven insights.

**Keywords:** Big Data; textual analysis; epistemology; methodology; Management.

## **Introduction**

Dans le paysage contemporain des affaires et de la gestion, la prolifération des données a ouvert une nouvelle ère de possibilités et de défis. L'avènement du Big Data a révolutionné la manière dont les entreprises opèrent, élaborent des stratégies et prennent des décisions éclairées (Wamba et al., 2016 ; Davenport et al., 2014). Les informations potentielles cachées dans de vastes ensembles de données ont intrigué les universitaires et les praticiens, ce qui a entraîné une augmentation de la recherche axée sur le management des Big Data dans le domaine des affaires (Gupta et George, 2016 ; Benkaraache et Ghanouane, 2020). Toutefois, lorsque les organisations naviguent sur ce terrain axé sur les données, elles se heurtent à des questions fondamentales liées aux fondements épistémologiques et méthodologiques de la recherche sur le Big Data :

**Comment les chercheurs dans le domaine de la gestion des Big Data abordent-ils les fondements épistémologiques des connaissances générées par les données ? Quelles approches méthodologiques emploient-ils pour explorer, analyser et interpréter les Big Data dans le domaine de la gestion ?**

Ces questions soulignent la nécessité d'approfondir les aspects philosophiques et méthodologiques qui façonnent notre compréhension de la recherche sur la gestion des Big Data.

L'intégration du Big Data dans diverses composantes de la chaîne de valeur des entreprises a été saluée comme un facteur de transformation, promettant la révélation de modèles, de tendances et de corrélations cachés susceptibles de générer des efficacités opérationnelles, des innovations stratégiques et des avantages concurrentiels (McAfee & Brynjolfsson, 2012 ; Erevelles et al, 2016). Cependant, en naviguant dans ce paysage dominé par les données, les entreprises doivent faire face à des questions cruciales sur la manière d'extraire des connaissances significatives, sur la manière d'intégrer les connaissances issues des données dans les processus de prise de décision et sur la manière d'aligner les initiatives Big Data sur les objectifs globaux de l'organisation (Ji-fan Ren et al, 2016 ; Kitchin, 2017).

Cette étude vise à approfondir le thème du management des Big Data à partir de deux perspectives distinctes mais interconnectées : épistémologique et méthodologique. La perspective épistémologique nous invite à examiner de manière critique les fondements philosophiques qui façonnent notre compréhension du Big Data, en démêlant la nature des connaissances générées par les données. Parallèlement, la perspective méthodologique met en

lumières les diverses approches utilisées pour explorer, analyser et interpréter les Big Data dans le domaine du management.

Notre objectif est d'analyser un ensemble d'articles indexés dans SCOPUS en rapport avec le champ "Business, Management and Accounting". Ces articles nous donnent un aperçu de la manière dont les chercheurs abordent les Big Data. En les triant en fonction des types, des points de vue épistémologiques, des méthodes de recherche, etc., nous voulons découvrir les différentes façons dont les chercheurs étudient les Big Data dans le monde des affaires.

Pour ce faire, nous utilisons une méthode appelée recherche qualitative avec un outil spécial appelé NVIVO pour lire et analyser le texte. Les sections suivantes expliquent plus en détail comment nous procédons. Notre objectif est non seulement de comprendre le management des Big Data, mais aussi d'alimenter les discussions sur ses théories et ses applications dans le monde réel.

Nos conclusions ont des implications importantes. Ils peuvent aider les entreprises à prendre de meilleures décisions, guider les chercheurs dans leurs études et influencer la façon dont nous gérons les Big Data dans le monde des affaires. Cette étude est notre façon de contribuer à la compréhension de cette tendance transformatrice.

Cette étude se déroule en trois sections principales : une revue de la littérature pour donner un aperçu sur les différentes perspectives épistémologiques et les approches méthodologiques utilisées., une méthodologie de recherche expliquant comment l'étude a été menée, et une section de résultats et de discussion pour présenter et analyser les résultats concernant les tendances épistémologiques et méthodologiques dans la recherche sur la gestion du Big Data pour la période 2017-2022.

### **1. Revue de littérature**

Dans cette section, nous nous penchons sur les facteurs cruciaux qui façonnent le paysage de la recherche contemporaine. Nous explorons la diversité et les caractéristiques des types d'articles, nous nous penchons sur les différentes perspectives épistémologiques qui guident les chercheurs et nous étudions les approches méthodologiques utilisées. Cette analyse complète permet de mieux comprendre les diverses pratiques et orientations des chercheurs qui contribuent au discours académique au sens large.

### **1.1. La typologie d'article**

Citant Alavi et Carlson (1992), Boukhari (2016) propose deux types d'articles :

- Les articles empiriques : des articles qui s'appuient sur des méthodes terrain telles que l'enquête, l'étude de cas, l'expérimentation en laboratoire ou en entreprise et la recherche action
- Les articles non empiriques : des articles de nature conceptuelle, faisant appel à des concepts et leur illustration.

### **1.2. Le positionnement épistémologique**

Le mot épistémologie est dérivé des mots grecs episteme (connaissance) et logos (raison), l'épistémologie est la théorie de la connaissance, de l'étude de la manière dont nous savons ce que nous savons, et dont nous avons connaissance du monde qui nous entoure (Paschke ,2009 ; Lewis-Beck et al., 2003). Piaget (1967) définit l'épistémologie comme l'étude de la constitution des connaissances, son statut et sa valeur scientifique. Autrement, le positionnement épistémologique détermine la conception du chercheur, la collecte et l'analyse des données (Paschke ,2009).

Les trois principaux paradigmes incluent le positivisme, l'interprétativisme et le constructivisme, tels qu'explorés par divers chercheurs (Le Moigne, 1995 ; Perret et G. Seville, 1999 ; Giordano, 2003 ; Usunier, 1993).

Le paradigme positiviste est dérivé des sciences exactes, le positivisme stipule que le monde extérieur est structuré et que toutes les parties de l'univers sont soumises à l'uniformité et à des relations déterminées (Flood, 1989). Le positionnement positiviste part du principe que les lois ; même non découvertes ; existent déjà et que le cherche ne s'inscrit que dans une optique d'explication des causes et des relations entre les lois (Ben Aissa, 2001).

Le principe de l'interprétativisme est l'idée que les chercheurs en sciences sociales doivent saisir la signification subjective de l'action de recherche. Un tel paradigme nécessite une stratégie de production de connaissance qui respect les différences entre les personnes et les objets des sciences sociales (Paschke ,2009).

Le paradigme constructiviste s'inscrit comme un prolongement de l'interprétativisme, de nombreux chercheurs formulent les deux paradigmes ensemble (Perret et Séville, 2003 ; Velmuradova, 2004). Autrement, le positionnement constructiviste est un projet d'actions et d'interventions des acteurs au sein de l'organisation (Le Moigne, 1995). Autrement, le constructivisme en sciences de gestion s'oriente vers la conception de théories intermédiaires par le passage des stratégies organisationnelles et l'analyse opérationnelle (Ben Aissa, 2001).

Le chercheur ayant opté pour un positionnement constructiviste tend à construire une connaissance à partir des situations réelles au sein des organisations pour aboutir à de nouvelles théories (Ben Aissa, 2001).

Nous présentons ci-dessous (voir tableaux n° 1) une grille d'analyse des paradigmes épistémologiques, proposées par Girod-Séville et Perret (1999) et Giordano (2003).

**Tableau N°1 : les questions épistémologiques au regard des différents paradigmes épistémologique en sciences de gestion.**

Les paradigmes	Les questions épistémologiques
Le positivisme	Le positivisme perçoit la "réalité" comme indépendante du sujet et de l'objet et s'appuie sur des hypothèses déterministes. Il génère des connaissances par la découverte, en formulant la recherche en termes de "pourquoi" et en attribuant un statut privilégié à l'explication. Les critères de validité impliquent la vérifiabilité, la confirmabilité et la réfutabilité (Girod-Séville et Perret, 1999 ; Y. Giordano, 2003).
L'interprétativisme	L'interprétativisme affirme que la "réalité" dépend du sujet et de l'objet, et met l'accent sur les hypothèses intentionnistes. La connaissance est générée par l'interprétation, formulée en termes de "ce qui motive les acteurs". Il accorde un statut privilégié à la compréhension, avec des critères de validité centrés sur l'idéographie et l'empathie (révélant l'expérience des personnes impliquées) (Girod-Séville et Perret, 1999 ; Y. Giordano, 2003).
Le constructivisme	Le constructivisme considère la "réalité" comme composée de possibilités, entremêlant le sujet et l'objet dans des hypothèses constructionnistes. La production de connaissances implique la construction d'une recherche basée sur le "pour quoi faire". Le constructivisme accorde un statut privilégié à la construction, avec des critères de validité axés sur l'adéquation et l'enseignabilité (Girod-Séville et Perret, 1999 ; Y. Giordano, 2003).

**Source : Auteurs**

### **1.3. Le positionnement méthodologique**

#### **1.3.1. Méthodes de recherche**

Le positionnement méthodologique du chercheur implique le choix d'une approche méthodologique et d'un mode de raisonnement

Deux approches méthodologiques sont relevées dans la littérature à savoir l'approche quantitative et l'approche qualitative. Thietart (2007) distingue les deux approches au niveau de l'objectif, l'approche quantitative a pour objectif de quantifier des phénomènes par traitement statistique de donnée tandis que l'approche qualitative s'intéresse à étudier un problème dans son contexte et sa dynamique.

Ainsi, l'approche quantitative est utilisée par le chercheur pour prédire et utiliser des chiffres pour approuver ou rejeter une hypothèse. Le chercheur en adoptant cette approche souhaite générer des données à partir d'un grand échantillon de sujets d'étude dans le but d'extrapoler les résultats à l'ensemble d'une population donnée (Voss, 1999). L'approche quantitative nécessite des données de forme structurée ou qui peuvent être transformée (Voss, 1999).

Pour Myers (1997), les approches qualitatives sont utilisées par les chercheurs pour traiter des données de forme non structurée. Cette approche est combinée souvent à un mode de raisonnement inductif afin d'acquérir une compréhension plus profonde de l'expérience d'une personne ou d'un groupe.

Hlady-Rispal (2015) propose une grille d'analyse des approches quantitative et qualitative spécifique à la recherche en gestion (voir tableau n° : 2)

**Tableau N°2 : Comparaison des approches quantitatives et qualitatives**

	<b>Approche quantitative</b>	<b>Approche qualitative</b>
<b>Explication</b>	Visée explicative ; se concentre sur les objets	Visée compréhensive ; se concentre sur les sujets
<b>Examen de la théorie</b>	Test de théories que l'on cherche à confirmer ou infirmer ; Logique de vérification	Généralisation de concepts, de modèles ou de propositions théoriques ; Logique de découverte
<b>Universalité / Idiosyncrasie</b>	Pré existence de lois universelles ; Objectifs de généralisation des phénomènes observés	Description de l'individualité de certains phénomènes ; La connaissance est construite socialement
<b>Cause et interprétation</b>	Identification des explications causales, des corrélations et des lois fondamentales qui expliquent des phénomènes récurrents	Interprétation de la structure d'un phénomène et recherche de liens de causalité locale
<b>Objectivité / subjectivité</b>	Le monde est une réalité extérieure ; L'observateur est indépendant de l'objet de recherche	Le monde est un construit social ; L'observateur est partie intégrante de l'objet observé
<b>Réduction des données, analyse et interprétation</b>	Les problèmes sont scindés en éléments simples ; Le contrôle des variables est effectué à priori ; Le contexte est posé ; Les données sont considérées discrètes.	L'analyse est réalisée en profondeur ; Le contrôle des variables est effectué a posteriori ; Le contexte est appréhendé ; Les données sont considérées riches.

**Source : (Hlady-Rispal, 2015)**

### **1.3.2. Mode de raisonnement**

L'élaboration de la méthodologie de recherche nécessite un positionnement de la part du chercheur, ce positionnement peut suivre deux logiques :

Le mode de raisonnement inductive est un processus qui consiste à observer un petit groupe d'événements, de spécimens ou de sujets similaires afin de développer des principes généraux sur un sujet spécifique (Paschke ,2009 ; Kreuger et Neuman, 2006). Pour Gavard-Perret et autres (2012), le mode de raisonnement inductif a pour objectif de construire de nouvelles connaissances de la part du chercheur en se basant sur des cas empiriques. Le mode abductive amène le chercheur à des voyages entre études empiriques et revue de littérature pour mieux cerner les situations empiriques étudiées (Gavard-Perret et al., 2012).

Le mode de raisonnement déductif a pour objectif de vérifier la réalité ou l'exactitude d'une hypothèse initialement formulée, de valider un modèle conceptuel. Ce mode de déduction logique repose sur le principe fondamental selon lequel, lorsque les hypothèses sont valides, la conclusion qui en découle est une vérité incontournable (Velmuradova, 2004). Par ailleurs, la démarche hypothéticodéductive, dont le fondement provient des sciences exactes, met à l'épreuve une hypothèse préalablement retenue. Pour le chercheur, il faut tester empiriquement l'hypothèse et que les tests appliqués puissent occasionnés le rejet de cette dernière (Naffakhi, 2008 ; Baumard et Ibert, 1999).

### 1.3.3. Typologie de recherche

Voss (1999) propose une typologie des recherches en se basant sur les résultats (voir tableau n° : 3).

**Tableau N°3 : Les différents types de recherche**

Etude exploratoire	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elle est menée lorsque le chercheur a une connaissance préalable limitée du sujet.</li> <li>• Vise à obtenir des résultats pratiques sans grandes ambitions</li> </ul>
Etude descriptive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Destinée à recueillir des données sur un sujet spécifique ou à décrire des éléments au sein d'une population.</li> <li>• Ne teste généralement pas ses hypothèses</li> </ul>
Etude analytique <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Exploratoire</li> <li>➤ Confirmatoire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cherche à élucider ou à prédire les résultats en fonction de l'influence d'autres variables.</li> <li>• Peut impliquer des expériences et des tests qui valident la théorie</li> </ul>
Etude pilote	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche préliminaire conçue pour collecter des données susceptibles d'aider à déterminer la nécessité d'une investigation plus poussée</li> <li>• Généralement incapable de produire des résultats définitifs et concluants.</li> </ul>
Développement d'échelle	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'objectif principal est de créer un outil de mesure pour un ou plusieurs concepts liés aux objectifs de la recherche.</li> </ul>

**Source : (Voss, 1999)**

Rodhain et autres (2010) ont proposé six méthodes de recherche à savoir le questionnaire, l'étude de cas, l'expérimentation, l'entretien, la recherche, action et les données secondaires.

## 2. Méthodologie de recherche

### 2.1. Conception de la recherche

Dans ce papier, nous utilisons un modèle de recherche qualitative pour explorer le thème du "Management des Big Data" en relation avec les entreprises d'un point de vue épistémologique et méthodologique. La recherche qualitative est choisie pour approfondir le contenu des articles indexés par SCOPUS dans le domaine «Business, Management and Accounting» et pour obtenir un aperçu nuancé des approches épistémologiques et méthodologiques.

### 2.2. Collecte de données

La source de données primaire pour cette étude est une base de données de 723 articles indexés par SCOPUS dans le domaine des affaires, de la gestion et de la comptabilité. Les articles ont été sélectionnés en fonction de leur pertinence par rapport au thème du management des Big Data. Ces articles sont en libre accès, ce qui permet un accès illimité à leur contenu. Les articles couvrent une période de 2017 à 2022.

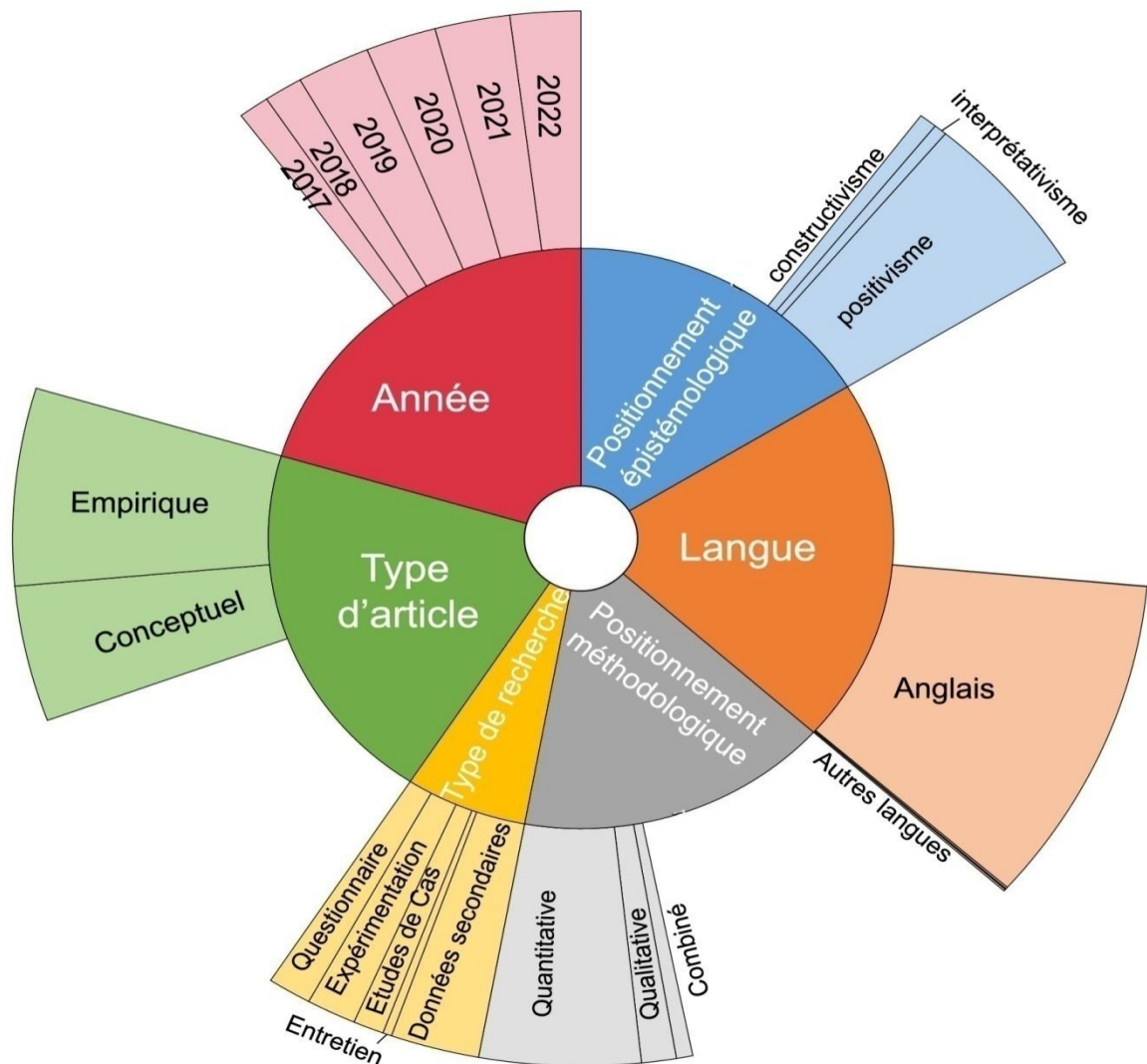


Les résultats de l'analyse textuelle sous NVIVO sont présentés selon six critères relatifs aux :

- Année de publication
- La langue
- Type d'article
- Le positionnement épistémologique
- Le positionnement méthodologique
- Type de recherche

Nous proposons ci-dessous le diagramme hiérarchique des nœuds sous NVIVO relatif aux critères retenus (voir figure n° : 2).

**Figure N°2 : Diagramme hiérarchique des nœuds sous NVIVO relatif aux critères retenus.**



Source : Auteurs

Le tableau n° 4 décrit la répartition des articles par année. Nous notons une importante évolution sur les quatre dernières années montrant ainsi l'intérêt grandissant pour la thématique autour des Big Data par la discipline managériale.

**Tableau N°4 : Répartition des articles par année de publication**

<b>Année de publication</b>	<b>Nb. D'articles</b>	<b>Pourcentage</b>
<b>2017</b>	62	9%
<b>2018</b>	78	11%
<b>2019</b>	148	20%
<b>2020</b>	142	20%
<b>2021</b>	151	21%
<b>2022</b>	142	20%
<b>Total</b>	<b>723</b>	<b>100%</b>

**Source : Auteurs**

Notons que 10 journaux orientés Management ont publié durant la période 2017-2022 plus de dix articles relevant de la thématique du « Management des Big Data » (voir tableau n° : 5).

**Tableau N°5 : Répartition des articles par année de publication**

<b>Journal</b>	<b>Nombre d'article</b>
International Journal of Recent Technology and Engineering	55
Big Data and Cognitive Computing	49
Technological Forecasting and Social Change	26
Journal of Self-Governance and Management Economics	21
Journal of Business Research	20
Journal of Cleaner Production	16
Big Data Research	15
Advances in Science, Technology and Engineering Systems	13
Journal of Advanced Transportation	11
Information and Management	10

**Source : Auteurs**

L'analyse des 723 articles selon la langue montre que la majorité des articles, presque 99%, sont publiés en anglais. Cette représentation limitée des autres langues pourrait refléter la préférence pour l'anglais en tant que langue véhiculaire du discours académique et l'accessibilité qu'il offre à un lectorat plus large (voir tableau n° : 6).

**Tableau N°6 : Répartition des articles par langue**

Nombre d'auteurs	Nb. D'articles	Pourcentage
Anglais	712	98,5%
Français	1	0,1%
Allemand	1	0,1%
Lithuanien	1	0,1%
Portugais	4	0,6%
Espagnol	4	0,6%
<b>Total</b>	<b>723</b>	<b>100%</b>

Source : Auteurs

### 3.1. La typologie d'article

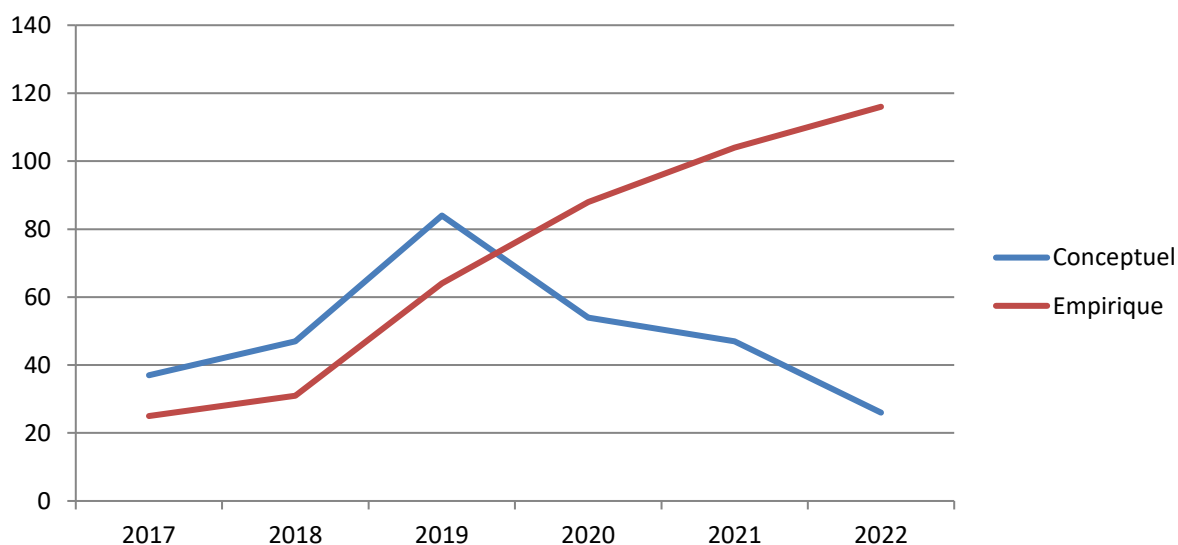
L'analyse de la répartition des articles par type montre que la majorité des publications sont de type empirique autour de 59%, tandis que les articles conceptuels ne représentent que 41% (voir tableau n° : 7).

**Tableau N°7 : Répartition des articles par langue**

Type d'article	Nb. D'articles	Pourcentage
<b>Conceptuel</b>	295	41%
<b>Empirique</b>	428	59%
<b>Total</b>	<b>723</b>	<b>100%</b>

Source : Auteurs

Notons que le changement ; de tendance de typologie d'article ; est survenu après 2020 (voir graphique n° : 1)

**Graphique N°1 : Evolution annuelle des articles par type d'article**

Source : Auteurs

La tendance empirique en recherche en rapport avec les Big Data s'inscrit dans la continuité des productions scientifiques en systèmes d'information comme le témoigne les travaux antérieurs (voir tableau n° : 8).

**Tableau N°8 : Exemple du pourcentage par typologie d'article en systèmes d'information**

Auteurs	Période	Nombre articles	Empirique	Conceptuel
Faroomand et Drury (1999)	1985-1996	2089	61%	39%
Chen et Hirschheim (2004)	1991-2001	1893	60%	40%
Peaucelle (2001)	1995-2000	87	72%	28%

Source : Auteurs

### 3.2. Le positionnement épistémologique

Le paradigme positiviste est largement dominant pour le champ disciplinaire « Management des Big Data » avec 86% des publications pour la période 2017-2022 (voir tableau n° : 9).

**Tableau N°9 : Répartition des articles par positionnement épistémologique 2017-2022**

Positionnement épistémologique	Nb. D'articles	Pourcentage
<b>Constructivisme</b>	36	8%
<b>Interprétativisme</b>	26	6%
<b>Positivismisme</b>	366	86%
<b>Total</b>	<b>428</b>	<b>100%</b>

Source : Auteurs

Ce constat constitue une continuité de la production scientifique en système d'information (voir tableau n° : 10).

**Tableau N°10 : Exemple du pourcentage du paradigme positiviste en systèmes d'information**

Publication	Période de l'étude	Pourcentage du paradigme positiviste
Boukhari (2016)	2010-2013	44,4%
Orlikowski et Baroudi (1991)	1983- 1988	96,8%
Dubé et Paré (2003)	1990-1999	87%
Hirschheim (2004)	1991-2001	81%

Source : Auteurs

### 3.3. Le positionnement épistémologique

L'analyse de la répartition des publications selon l'approche méthodologique (voir tableau n° : 11) montre une grande dominance de l'approche quantitative par rapport à l'approche qualitative, environ 76% des publications.

**Tableau N°11 : Répartition des articles par approche méthodologique**

Approche méthodologique	Nb. D'articles	Pourcentage
<b>Qualitative</b>	70	16%
<b>Quantitative</b>	325	76%
<b>Combiné</b>	33	8%
<b>Total</b>	<b>428</b>	<b>100%</b>

**Source : Auteurs**

Par ailleurs, l'analyse de la dimension méthodologique (voir tableau n° : 13) montre que l'enquête par donnée secondaire occupe la première place avec 40%, suivie de l'expérimentation avec 22% et les enquêtes par questionnaire avec 20%. Au contraire, les travaux antérieurs montrent une prépondérance de l'enquête par questionnaire dans la production scientifique en système d'information (Orlikowski et Baroudi, 1991 ; Farhoomand et Drury, 1999 ; Palvia et al., 2003 ; Chen et Hirschheim, 2004 ; Guo et Sheffield, 2008) . Cette divergence pourrait s'expliquer par l'état embryonnaire de la mise en place des projets d'analyse des Big Data dans les entreprises.

Nous proposons ci-dessous le tableau de répartition des articles par type de recherche (voir tableau n° : 12).

**Tableau N°12 : Répartition des articles par type de recherche**

Type de recherche	Nb. D'articles	Pourcentage
<b>Données secondaires</b>	179	40%
<b>Entretien</b>	18	4%
<b>Etudes de Cas</b>	62	14%
<b>Expérimentation</b>	100	22%
<b>Questionnaire</b>	88	20%
<b>Total</b>	<b>447</b>	<b>100%</b>

**Source : Auteurs**

Les résultats soulignent la nature multidimensionnelle de la recherche sur le management des Big Data dans le domaine «Business, Management and Accounting». La prédominance du positivisme et la reconnaissance du constructivisme et de l'interprétativisme mettent en évidence les diverses façons dont les chercheurs appréhendent les données et les connaissances. La prédominance des méthodologies quantitatives reflète l'essence quantitative du Big Data,

tandis que l'intégration des méthodes qualitatives enrichit la compréhension des nuances contextuelles. Les articles empiriques et conceptuels contribuent ensemble à une compréhension globale du management des Big Data, assurant la synergie entre la théorie et la pratique.

### **Conclusion**

Dans le monde des affaires et de la gestion, l'influence du management des Big Data est indéniable. Cette étude a exploré les fondements qui façonnent notre compréhension du Big Data en analysant une collection d'articles de recherche. Ces articles proviennent du domaine "Business, Management and Accounting" et sont indexés dans SCOPUS.

Nous avons examiné deux aspects clés : les approches épistémologiques et les méthodes de recherche utilisées. En ce qui concerne les approches épistémologiques, nous avons trouvé un mélange de points de vue. Si de nombreux articles ont adopté une position positive, certains ont embrassé le constructivisme et l'interprétativisme. Ce mélange de perspectives met en évidence les diverses façons dont les chercheurs abordent les connaissances générées par les Big Data. Ces connaissances ont des implications à la fois pour les praticiens et les chercheurs, car elles montrent comment nous comprenons les informations à l'ère des décisions axées sur les données.

En ce qui concerne les méthodes de recherche, nous avons constaté que de nombreuses études utilisaient des méthodes quantitatives, reflétant la nature axée sur les données de ce domaine. Mais certaines combinent également des approches qualitatives, ce qui montre qu'une optique variée peut fournir des informations complètes. Cela nous rappelle que les méthodes doivent correspondre aux questions de recherche pour obtenir des résultats significatifs.

Sur le plan linguistique, l'anglais est la langue principale, ce qui montre la nature mondiale des discussions sur les Big Data. Mais la présence d'autres langues souligne l'importance mondiale du sujet.

La classification des articles en deux catégories, empirique ou conceptuelle, nous aide à comprendre comment la recherche est effectuée et partagée dans le domaine de la gestion des Big Data. Cela met en évidence le lien entre les théories et les études du monde réel, guidant notre compréhension de ce domaine en constante évolution.

En conclusion, nos résultats ont des implications pratiques et de recherche. Les professionnels peuvent s'inspirer des différentes approches épistémologiques et méthodes de recherche pour orienter leurs propres efforts en matière de Big Data. Pour les chercheurs, cette analyse offre des pistes pour une exploration plus approfondie.

Il est important de noter que cette étude se limite aux articles indexés par SCOPUS dans le domaine disciplinaire des "Business, Management and Accounting". Les résultats peuvent ne pas être généralisables à d'autres domaines ou sources de littérature.

## **BIBLIOGRAPHIE**

1. Alavi, M., & Carlson, P. (1992). A review of MIS research and disciplinary development. *Journal of management information systems*, 8(4), 45-62.
2. Baumard, P., & Ibert, J. (2003). Quelles approches avec quelles données. *Méthodes de recherche en management*, 2, 82-103.
3. Ben Aissa, H. (2001). Quelle méthodologie de recherche appropriée pour une construction de la recherche en gestion?. In Conférence de l'AIMS.
4. Benkaraache, T., & Ghanouane, K. (2020). Theoretical model for assessing the contribution of digital transformation to the business value chain.. *International Review of Management Sciences*, 3(2). <https://doi.org/10.5281/zenodo.3813697>
5. BOUKHARI, S. (2016). Les tendances épistémologiques et méthodologiques de la recherche en Systèmes d'Information: Une analyse sur la période 2010-2013. *Revue d'Etudes en Management et Finance d'Organisation*, 1(3).
6. Davenport, T. (2014). *Big data at work: dispelling the myths, uncovering the opportunities*. Harvard Business Review Press.
7. Erevelles, S., Fukawa, N., & Swayne, L. (2016). Big Data consumer analytics and the transformation of marketing. *Journal of business research*, 69(2), 897-904. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.07.001>
8. Flood, R. L. (1989). Six scenarios for the future of systems "problem solving". *Systems Practice*, 2, 75-99.
9. Gavard-Perret, M. L., Gotteland, D., Haon, C., & Jolibert, A. (2012). *Méthodologie de la recherche en sciences de gestion. Réussir son mémoire ou sa thèse*, 2.
10. Giordano, Y. (2003). *Conduire un projet de recherche: une perspective qualitative*. Editions Ems.
11. Gupta, M., & George, J. F. (2016). Toward the development of a big data analytics capability. *Information & Management*, 53(8), 1049-1064. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.07.004>
12. Hlady-Rispal, M. (2015). Une stratégie de recherche en gestion-L'étude de cas. *Revue française de gestion*, 41(253), 251-266.

13. Jin, J., Liu, Y., Ji, P., Liu, H., 2016. Understanding big consumer opinion data for marketdriven product design. *International Journal of Production Research*, 54(10), 3019-3041. <https://doi.org/10.1080/00207543.2016.1154208>
14. Kitchin, R. (2017). Thinking critically about and researching algorithms. *Information, communication & society*, 20(1), 14-29. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2016.1154087>
15. Kreuger, L., & Neuman, W. L. (2006). *Social work research methods: qualitative and quantitative approaches: with Research Navigator*. (No Title).
16. Le Moigne, J. L. (1995). *Les Epistemologies Constructivistes*, Presses Universitaires de France (PUF), EditionsQue sais-je?', Paris. French. *Review in Systems Research* (1996), 13(4).
17. Lewis-Beck, M., Bryman, A. E., & Liao, T. F. (2003). *The Sage encyclopedia of social science research methods*. Sage Publications.
18. McAfee, A., Brynjolfsson, E., Davenport, T. H., Patil, D. J., & Barton, D. (2012). Big data: the management revolution. *Harvard business review*, 90(10), 60-68.
19. Myers, M. D. (1997, January). Critical ethnography in information systems. In *Information Systems and Qualitative Research: Proceedings of the IFIP TC8 WG 8.2 International Conference on Information Systems and Qualitative Research*, 31st May–3rd June 1997, Philadelphia, Pennsylvania, USA (pp. 276-300). Boston, MA: Springer US.
20. Naffakhi, H. (2008). *Equipe entrepreneuriale et prise de décision: une étude exploratoire sur le rôle de la diversité du capital humain*. *Sciences de Gestion de l'Université de NANCY*, 2, 493.
21. Paschke, J. (2009). *Adaptive IT capability and its impact on the competitiveness of firms: A dynamic capability perspective* (Doctoral dissertation, RMIT University).
22. Perret, V. et Seville, M. (2003), *Fondements épistémologiques de la recherche*, dans Thietart et coll., *Méthodes de recherche en management*, Dunod, Paris, 13-33.
23. Piaget, J. (1967). *Logique et connaissance scientifique*.
24. Rodhain, F., Fallery, B., Girard, A., & Desq, S. (2010). Une histoire de la recherche en systèmes d'information à travers 30 ans de publications. *Entreprises et histoire*, 60(3), 78-97.
25. Thietart, R. A. a.(2007). *Méthodes de recherche en management*.
26. Usunier, J. C. (1993). *Introduction à la recherche en gestion*.

27. Velmuradova, M. (2004). Epistémologies et méthodologies de la recherche en Sciences de gestion. Note de synthèse (Doctoral dissertation, USTV).
28. Voss V. (1999), Research Methodology in operation management, Eden seminar, Brussels, February.
29. Wamba, S. F., & Carter, L. (2016). Social media tools adoption and use by SMEs: An empirical study. *Social Media and Networking*, 791-806. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8614-4.ch035>