

Branches complémentaires - Bachelor - Semestre d'automne 2018

# MÉTHODES EMPIRIQUES DES SCIENCES SOCIALES

FLORENCE CAUHÉPÉ



UNIVERSITÉ DE FRIBOURG  
UNIVERSITÄT FREIBURG

Cours no 2 du 26 septembre 2018

# **LE PROCESSUS DE RECHERCHE; PHASES PRÉPARATOIRES, QUESTION DE RECHERCHE ET ÉCHANTILLONNAGE**

# Plan

- Introduction
- **I. Objectif d'un travail de recherche**
- 1. Les étapes de la démarche de recherche
- **II. Le démarrage**
- 1. Choisir son sujet de recherche
- 2. La phase exploratoire
- **III. Centration et délimitation**
- 1. Fondements liminaires
- 2. Elaboration d'un cadre conceptuel, trois exemples
- **3. Formulation de la question de recherche**
- 3.1 Les principes de base
- 3.2 Les critères d'une bonne question de recherche
- 3.3 La formulation par écrit de la question de recherche
- 4. Délimitation du territoire
- **5. Echantillonnage**
- 5.1 Population parente, critères d'inclusion
- 5.2 Echantillon qualitatif / quantitatif
- 5.3 Stratégies d'échantillonnage
- 5.4 Les questions à se poser
- Conclusion
- **IV. Partie pratique et thèmes de recherche pour exercice**

# Introduction

- La première phase de la démarche scientifique consiste à choisir et à prendre connaissance d'un sujet précis de recherche
- Quatre ou cinq étapes
  - Choix du sujet de recherche
  - L'exploration
  - La formulation de la question de recherche (=question de départ) et d'un premier cadre conceptuel (conseillé)
  - Choisir un type d'échantillon

# I. Objectif d'un travail de recherche

- Qu'est-ce que je recherche ?
- Une recherche est un cheminement
- Préciser la nature du projet de recherche

# 1. Les étapes de la démarche de recherche

- Brochure: schéma p. 7
- Processus itératif

# II. Le démarrage

## ■ 1. Choisir son sujet de recherche

1.1. Le vécu et les goûts, les intérêts personnels

1.2. L'utilité du sujet de recherche

1.3. Le développement de la science ou de la connaissance

1.4. Eviter les écueils courants

# Transformer un intérêt en un projet de recherche

## ■ 2. La phase exploratoire

### 2.1. La revue de la documentation scientifique

- Choix et organisation des lectures
- cinq principes, selon Luc Van Campenhoudt et Raymond Quivy, 2011, *Manuel de recherche en sciences sociales*, 4<sup>ème</sup> éd. Dunod, p.43



# Travail de recherche bibliographique

- Mobiliser des logiciels de formation à la recherche documentaire: InfoSphère, Cerise...
- Les moteurs de recherche, les méta-moteurs, les annuaires...
- Rero et Rero doc: réseau des bibliothèques de Suisse occidentale, documents numériques, thèses, revues électroniques, images, textes patrimoniaux numérisés...
- [www.fr.ch/bcu\\_theses](http://www.fr.ch/bcu_theses)
- [www.theses.fr](http://www.theses.fr)
- Bibliothèque nationale suisse [www.nb.admin.ch/dienstleistungen/online\\_katalog](http://www.nb.admin.ch/dienstleistungen/online_katalog)
- Bibliothèque nationale de France BNF Gallica
- Disponibles sur internet, les BdD gratuites:
  - ✓ la *Bibliographie internationale des sciences sociales IBSS*, la base de données *Francis* du CNRS, IIHSS
  - ✓ *Logos*, la banque de données de la Documentation française
  - ✓ Repère service documentaire, Refdoc...
  - ✓ Fors Center [www.forscenter.ch](http://www.forscenter.ch), open.data. Forscenter.ch, Université de Lausanne
  - ✓ Aramis, sur les projets de recherche et d'innovation en Suisse
- Plateformes éditoriales pour les articles et revues, écrits par les chercheurs *Persée*, *Cairn*, *Revue.org*...

# La phase exploratoire (suite)

- 2.2. Des entretiens exploratoires
- 2.3. Des recherches exploratoires complémentaires

# III. Centration et délimitation

## 1. Fondements liminaires

- Très souvent, à la suite de la phase exploratoire, le plan de recherche initial et la-les question-s de recherche vont être modifiés, enrichis, précisés
- Avant le travail de terrain, quelle part d'élaboration est requise ?
  - Faut-il un cadre conceptuel déjà très précis et une ou des question-s de recherche ?
  - De telles délimitations préliminaires ne risquent-elles pas d'empêcher le chercheur de découvrir certains aspects importants du site ou du cas étudié ?
  - L'absence de délimitation n'entraîne-t-elle pas, en revanche, confusion et surcharge ?

## 2. Elaboration d'un cadre conceptuel

### Principe de base:

- Un cadre conceptuel décrit, sous une forme graphique (les boîtes) et /ou narrative, les principales dimensions à étudier, les facteurs-clés ou variables-clés, et les relations présumées entre elles...

## a) Cadre conceptuel simple, descriptif ou exploratoire

- Tiré d'une recherche dont les objectifs généraux étaient d'examiner plusieurs programmes de rénovation de l'enseignement, afin de comprendre **les facteurs de réussite** de leur mise en œuvre et d'en tirer des propositions de politique scolaire
- C'est un exemple de l'approche par «boîtes»
- ✓ Figure 2.1 p.2 de la brochure (*M.B. Miles et A. M. Hubermann, 2003*)

## b) Cadre conceptuel plus complexe

- Cadre plus confirmatif, on part d'une hypothèse (cf. cours no 4)
- Le chercheur a décidé de collecter des informations de manière sélective et de tester certaines hypothèses
- On vise les interactions
- Figure 2.2 p.3 de la brochure (*M.B. Miles et A. M. Hubermann, 2003*)

## c) Un 3<sup>ème</sup> cadre conceptuel

- Cadre constitué de «boîtes» plus générales, organisé selon un flux temporel
- Événements (historiques par ex.)
- Milieux / contexte (communauté...)
- Processus ou facteurs déterminants (assistance, changement dans les attitudes, les perceptions...)
- Constructions théoriques (règles, organisation...)
- Résultats...
- Figure 2.3 p.4 de la brochure (*M.B. Miles et A. M. Hubermann, 2003*)

# 3. Formulation des questions de recherche

## 3.1. Principes de base:

- Le cadre conceptuel va aider à la formulation de la- des question-s de recherche
- Si mes «boîtes» sont peu spécifiques, je peux poser une grande variété de questions générales et spécifiques
- Si au contraire, mon cadre conceptuel est plus limité, mes questions le seront aussi
- La-es question-s de recherche représentent la-es facette-s/aspects de la partie empirique que le chercheur tient le plus à explorer



## 3.2. Critères d'une bonne question de recherche

- Partir du concret ou d'exemples concrets
- Une bonne question de recherche doit posséder trois qualités:
  - Critères de clarté
  - Critères de faisabilité
  - Critères de pertinence

## 3.3. Formulation par écrit de la question de recherche

- C'est la formulation d'une interrogation écrite, c'est une vraie question
- Cette formulation peut évoluer et s'affiner au cours de la recherche
- Exemples
  - p.5 de la brochure (*M.B. Miles et A. M. Hubermann, 2003*)
  - Gavard-Perret et al. 2012, *Méthodologie de la recherche en sciences de gestion*, Pearson, 2<sup>ème</sup> éd. p.68

# 4. Délimitation du territoire

## -Définition du cas d'étude

- Il s'agit de délimiter le ou les cas dont on va traiter, ex. schéma p. 6 de la brochure
- Ex. il peut s'agir de suivre un patient; un patient ayant subi une intervention chirurgicale, avant, pendant et six mois après l'opération, dans son milieu familial et hospitalier
- Le «cœur» d'étude est le patient. La frontière définit la famille et l'hôpital

# Suggestions

- Débutez sur un mode intuitif. Pensez au centre d'intérêt de l'étude, au «cœur» de l'étude et construisez des pistes vers l'extérieur
- Pensez à ce que vous n'avez pas l'intention d'étudier comme moyen de limiter le champ de votre étude
- A partir du cadre conceptuel et de la ou des questions de recherche, définissez votre cas d'étude
- Portez attention aux différentes dimensions de votre étude: sa nature conceptuelle, sa taille sociale, sa localisation physique, sa portée temporelle...

# 5. Echantillonnage: délimitation du recueil des données

- L'échantillonnage est crucial pour l'analyse future des données
- Vos choix -qui observer / qui interroger /où / quand / sur quels sujets / pourquoi- limitent les conclusions auxquelles l'étude aboutira
- On va cibler une partie de l'ensemble, c'est l'échantillon

# 5.1. Population parente et critères d'inclusion

- La population parente est l'ensemble des éléments sur lequel porte l'étude
- Dans une étude sur les besoins en matière de crèche et de garde d'enfants, les critères d'inclusion seront par exemple:
  - être mère de famille, résidant dans telle commune, ayant au moins un enfant de 2 ans, dans le mois de l'enquête
- Les critères d'inclusion se trouvent dans la ou les questions de recherche. Ils vont définir:
  - ce qui / qui fera partie de l'étude
  - ou ce qui / qui sera hors du champ de l'étude

## 5.2. a) L'échantillon qualitatif

- Petits échantillons étudiés dans leur contexte
- Les échantillons qualitatifs tendent à être orientés
- Les généralisations issues des études qualitatives sont analytiques, et non pas statistiques ni représentatives d'une population
- Dans l'échantillonnage qualitatif, la notion de certitude n'existe pas

## 5.2. b) L'échantillon quantitatif

- La théorie de l'inférence statistique consiste à extrapoler les caractéristiques de l'échantillon à la population parente (population mère=population de référence)
- Le sondage est la méthode d'enquête la plus fréquente
  - Cela consiste à n'interroger qu'une fraction, qu'une portion – l'échantillon- de la population parente
- La représentativité d'un échantillon dépend :
  - la fiabilité de l'échantillon dépend de sa taille ( $n$ ) et du taux de sondage ( $n / N$ )
  - de l'intervalle de confiance  $IC$  et de la marge d'erreur  $e$
  - p.8 de la brochure



# Calculateur en ligne Check Market

## Taille d'échantillon

Taille de la population:	<input type="text" value="24000"/>	Combien de personnes y a-t-il dans le groupe qui représente votre échantillon? (La taille d'échantillon ne change pas beaucoup pour des populations de plus de 20.000.)
La marge d'erreur:	<input type="text" value="5%"/>	C'est le nombre positif ou négatif qui est généralement affiché dans des résultats des sondages d'opinion de journaux ou de télévision. Par exemple, si vous utilisez une marge d'erreur de 4% et 47% de votre échantillon donne une certaine réponse, vous pouvez en être "sur" que si vous auriez posez cette question à la population entière, entre 43% (47-4) et 51% (47+4) auraient donné la même réponse (un intervalle d'erreur moins grand demande une taille d'échantillon plus grande).
Niveau de confiance:	<input type="text" value="95%"/>	Le niveau de confiance reflète le degré de certitude de la marge d'erreur. Il est exprimé en pour-cent et interprète combien de fois le vrai pourcentage de la population qui choisirait une réponse, est au-dedans de la marge d'erreur; en d'autres mots dans quelle mesure faites-vous confiance à la correction des réponses qu'ont données les répondants (un niveau de confiance plus haut demande une taille d'échantillon plus grande).

Taille d'échantillon requise :	<b>379</b>	Nombre de répondants nécessaires
--------------------------------	------------	----------------------------------

Taux de réponse estimé:	<input type="text" value="30%"/>	Quel pourcentage de 'personnes qui ont été demandé de participer à l'enquête' le feront effectivement. Le taux de réponse dépend de nombreux facteurs, tels que la méthode de distribution (e-mail, papier, téléphone, ...), le type de communication (B2B, B2C,...), la qualité de l'invitation, des rémunérations ou pas, etc.
-------------------------	----------------------------------	--

Nombre d'invitations requises:	<b>1264</b>	C'est le nombre d'individus de la population que vous devez inviter à participer, pour atteindre la taille d'échantillon nécessaire à base du taux de réponse prévu.
--------------------------------	-------------	--

## 5.3. Stratégies d'échantillonnage

### ■ Les échantillons représentatifs:

- Les échantillons probabilistes ou aléatoires
  - Tirage simple au hasard
  - Tirage systématique
  - Tirage aléatoire après stratification
  - Tirage par grappes ou groupes
- Les échantillons empiriques
  - Echantillon **par quotas** ou proportionnel

### ■ Les échantillons non représentatifs

- Méthode des choix raisonnés ou échantillon typique
- Méthode «Boule de neige» (très rare en quantitatif)

### ■ Le biais des non-réponses

## Table de nombres aléatoires

10097	85017	84532	13618	23157	86952	02438	76520	91499	38631	79430	62421	97959	67422	69992	68479
37542	16719	82789	69041	05545	44109	05403	64894	80336	49172	16332	44670	35089	17691	89246	26940
08422	65842	27672	82186	14871	22115	86529	19645	44104	89232	57327	34679	62235	79655	81336	85157
99019	76875	20684	39187	38976	94324	43204	09376	12550	02844	15026	32439	58537	48274	81330	11100
12807	93640	39160	41453	97312	41548	93137	80157	63606	40387	65406	37920	08709	60623	02237	16505
66065	99478	70086	71265	11742	18226	29004	34072	61196	80240	44177	51171	08723	39323	05798	26457
31060	65119	26486	47353	43361	99436	42753	45571	15474	44910	99321	72173	56239	04595	10836	95270
85269	70322	21592	48233	93806	32584	21828	02061	94557	33663	86347	00926	44915	34823	51770	67897
63573	58133	41278	11697	49540	61777	67954	05325	42481	86430	19102	37420	41976	76559	24358	97344
73796	44655	81255	31133	36768	60452	38537	03529	23523	31379	68588	81675	15694	43438	36879	73208
98520	02295	13487	98662	07092	44673	61303	14905	04493	98086	32533	17767	14523	52494	24826	75246
11805	85035	54881	35587	43310	48897	48493	39808	00549	33186	04806	05431	94598	97654	16232	64051
83452	01197	86935	28021	61570	23350	65710	06288	35963	80951	68953	99634	81949	15307	00406	26898
88685	97907	19078	40646	31352	48625	44369	86507	59808	79752	02529	40200	73742	08391	49140	45427
99594	63268	96905	28797	57048	46359	74294	87517	46058	18633	99970	67348	49329	95236	32537	01390
65481	52841	59684	67411	09243	56092	84369	17468	32179	74029	74717	17674	90446	00597	45240	87379
80124	53722	71399	10916	07959	21225	13018	17727	69234	54178	10806	35835	45266	61406	41941	20117
74350	11434	51908	62171	93732	26958	02400	77402	19565	11664	77602	99817	28573	41430	96382	01758
69916	62375	99292	21177	72721	66995	07289	66252	45155	48324	32135	28803	16213	14938	71961	19476
09893	28337	20923	87929	61020	62841	31374	14225	94864	69074	45753	20505	78317	31994	98145	36168

# Les stratégies d'échantillonnage qualitatives

- L'échantillonnage exhaustif
- La sélection par quotas
- La sélection par réputation
- La sélection par cas comparable
- La sélection par variation maximale

# Paramètres d'échantillonnage, larges choix possibles en qualitatif

ex. Etude sur le travail policier de Paul Manning, 1977

Paramètres d'échantillonnage	Choix possibles
Milieus	Commissariat d'arrondissement, voitures de patrouille, lieu du délit, domicile ou QG du suspect
Acteurs	Officiers de police avec différentes caractéristiques (grade, ancienneté, expérience, race, religion, niveau d'études...)
Evénements	Arrestations, mises en détention, mises en examen, poursuites du suspect...
Procédures légales	Arrestation, mise en examen, mise en détention, détention provisoire, relations avec les suspects, interrogatoires, négociations

# 5.4. Les bonnes questions à se poser

- L'échantillonnage est-il en cohérence avec mon cadre conceptuel et ma question de recherche ?
- Les phénomènes que l'on étudie pourront-ils être mis au jour par l'échantillon choisi ?
- Le plan d'échantillonnage favorise-t-il le caractère généralisable des résultats ?
- Le plan d'échantillonnage est-il réalisable, en termes de temps, de budget, d'accès aux personnes ressources etc...?
- Le plan d'échantillonnage est-il éthique en termes d'avantages retirés, de risques encourus et de relations avec les informateurs ?

# Conclusion

- A quoi sert un travail de recherche en sciences sociales ?
  - A mieux comprendre les significations d'un événement ou d'un comportement
  - A faire le point d'une situation, à saisir plus finement les logiques de fonctionnement d'une organisation
  - A réfléchir avec justesse aux conséquences d'une décision politique
  - A comprendre comment telles ou telles personnes perçoivent une opportunité, un problème...
  
- Pour bien démarrer, il convient donc de bien «cerner son sujet», en conduisant une phase exploratoire, en dressant un premier cadre conceptuel, en formulant une ou des question-s et en choisissant son échantillon

## IV. Partie pratique

- 1. Des étudiants doivent prévoir la réalisation **d'un échantillon représentatif** de 379 élèves de 5 et 6ème primaire (7H-8H) dans un canton qui comptent 24'000 écoliers
- Donnez le type d'échantillon proposé par chacun
- Quel procédé vous paraît le plus réaliste dans ce cas ?



➤ **Alex**

Veut établir la liste de l'ensemble des élèves allant dans toutes les écoles. Puis il numérote la liste et tire les numéros des écoliers à interroger en utilisant une table de nombres au hasard. On ira dans les écoles pour faire passer le questionnaire

➤ **Bruno**

Comme Alex, il constitue la liste de tous les écoliers. A partir du 3<sup>ème</sup> nom, il retiendra un nom tous les 60. On ira dans les écoles pour faire passer le questionnaire

➤ **Cathy**

Se propose de faire la liste de tous les écoliers, mais elle les classe en fonction de la taille des communes en 3 groupes; grandes villes/ villes moyennes/ petites villes. Dans chaque groupe ainsi constitué, elle tire avec une table de nombres au hasard le même nombre d'élèves. On ira dans les écoles

➤ **Dora**

Se propose de faire la liste de toutes les classes de 7-8H du canton. Puis avec une table de nombres au hasard, elle tirera des classes dont tous les élèves seront interrogés pour obtenir 474 élèves (pour un taux de réponse de 80%)

➤ **Hélène**

Pense aller au rectorat pour se procurer la répartition des élèves par âge, sexe, profession des parents, taille de la commune. Elle reproduira dans l'échantillon, les distributions des statistiques du rectorat

## 2. Formuler un question de recherche

- *Sur la base du cadre conceptuel narratif ci-dessous, tentez de formuler une question de recherche:*

« A l'heure de la digitalisation des lieux de vente, plusieurs experts avaient annoncé le déclin du commerce traditionnel de proximité ou du modèle des hypermarchés. Il semble que ces prévisions ne se confirment pas de manière si évidente. En France, le secteur de la distribution s'illustre par une diversité des formats proposés. Internet et ses nouveaux usages, mais aussi le modèle récent du *Drive* redynamisent le secteur du retail.

Face à ces évolutions, nous pouvons nous questionner sur la pérennité de ces nouveaux formats et tenter de mieux comprendre les aspirations des consommateurs en lien avec le choix du format de magasin, dans le cadre des courses alimentaires.»

**Quelle pourrait être la question de recherche de cette étude de juillet 2014 ?**

# 3. Questions de synthèse

- 1. Questions de synthèse p. 36 de la brochure

Extrait de François Dépelteau, 2011, *La démarche d'une recherche en sciences humaines*, de Boeck, 2<sup>ème</sup> édition, p. 125

# 4. Démarrer un travail de recherche

## Débuter une étude

- Choisir un thème / un objet de recherche
- Choisir des documents, des textes pour une première salve de lectures
- Préparer un premier cadre conceptuel, avec une ou quelques questions de recherche
- Formuler une question de recherche (cf. brochure) :
  - Travail d'application No 1 p. 45
- Délimiter le territoire = délimitation du cas d'étude = le cœur de l'étude
- Proposer une possibilité d'échantillonnage

# Quelques idées de thèmes de recherche...

- Les enfants et la lecture; les habitudes de lecture des enfants de 9 à 10 ans
- Les jeunes à statut précaire, les jeunes qui sortent du système scolaire sans titres ou avec des titres dévalorisés, 15 jeunes à l'aide sociale
- Profils des téléspectateurs de la télé régionale Vaud-Fribourg, *La Télé?*
- Usages des téléphones portables dans les collèges du canton de Fribourg
- Usages des médias sociaux chez les jeunes en fin d'apprentissage, dans les métiers du bâtiment / dans les métiers du commerce...
- Le bonheur et l'argent. Le bonheur dépend-il de l'argent? Recherche des perceptions chez les jeunes
- L'attitude des jeunes face à l'économie / face à la politique?
- Le chômage des jeunes de 18 à 25 ans?
- L'hygiène de vie et l'alimentation des étudiants
- Ou tout autre thème d'études qui vous intéresse...

# Information importante

- Mot de passe pour Moodle :  
Empiriques-SA18
- Inscription à l'examen jusqu'au 13 octobre  
2018 sur MyUNIFR