

les outils disponibles sont beaucoup plus performants qu'autrefois. Par exemple, on dispose de nombreux logiciels d'aide à l'analyse de contenu ou de discours, les focus group peuvent être enregistrés en vidéo, ce qui permet de prendre en compte les effets de contexte et les expressions du visage des enquêtés, qui en disent parfois plus long qu'une longue verbalisation. Le développement des logiciels de saisie directe des données quantitatives (procédés CAPI\*/CATI\*/CAWI\*) et la multiplication des modes d'administration des enquêtes permettent un recueil des données beaucoup plus facile. Le développement des ordinateurs personnels et leur puissance ont aussi révolutionné la pratique des analyses statistiques. Les données d'enquêtes sont aussi devenues plus nombreuses et beaucoup plus facilement disponibles pour les chercheurs, mais aussi pour tous ceux qui veulent se former. Nos étudiants peuvent aujourd'hui apprendre l'analyse quantitative en manipulant les fichiers de données des grandes enquêtes quantitatives comparatives, réalisées dans un grand nombre de pays.

Avouons quand même que, malgré tous ces progrès techniques qui facilitent grandement le travail de celui qui veut pratiquer correctement les méthodologies qualitatives et quantitatives, nous restons de grands « bricoleurs », des « artisans » de la connaissance, avec nos tours de main et nos savoirs faites lentement acquis. Le bricolage est particulièrement évident dans les démarches qualitatives où le choix des enquêtes relève de l'art raisonné, et où l'analyse des entretiens peut être « encadrée », mais où la subjectivité reste toujours importante. Il existe aussi dans les démarches quantitatives, malgré leur caractère plus « industriel » et formalisé. Le bon enquêteur saura faire accepter une enquête par une personne qui n'avait pourtant pas très envie de s'exprimer, le bon chercheur saura formuler des questions adaptées au public visé, les logiciels sophistiqués ne dispensent pas d'analyser de manière juste des tableaux croisés, et bien sûr les méthodologies qualitatives ou quantitatives ne dispensent pas de penser et de raisonner pour aboutir à des conclusions fortes.

Bien que les sociologues et politistes adeptes de bonnes méthodologies restent des artisans, l'usage judicieux des méthodes leur a permis de faire progresser, au moins quelque peu, les connaissances. Il y a bien une cumulatativité de la sociologie et de la science politique. La bonne pratique des méthodologies est une clef indispensable pour proposer des connaissances positives, en principe indemnes de normativité.

## Glossaire général

**Accès direct** : on parle d'accès direct aux interviewés lorsque l'enquêteur les contacte sans avoir été mis en relation par un tiers.

**Accès indirect** : on parle d'accès indirect aux interviewés lorsque l'enquêteur recourt à un intermédiaire ou à un informateur qui le met en contact avec les enquêtés.

**Analyse bivariée** : analyse quantitative mettant en œuvre deux variables, la variable dépendante\* étant croisée par une variable explicative\*. On parle aussi de tris croisés\*.

**Analyse de contenu** : l'analyse de contenu se concentre sur les contenus thématiques et/ou séquentiels des supports de communication. Il ne s'agit pas d'observer ses règles de construction mais d'en faire ressortir les principaux thèmes, leur récurrence, leur association, leur imbrication dans les différents contextes d'énonciation. L'objectif est alors de segmenter le texte et d'interpréter sociologiquement des catégories constituées à partir du découpage des entretiens.

**Analyse de discours** : l'analyse de discours étudie l'organisation sociolinguistique d'un texte, en le rapportant au contexte dans lequel il est produit. Il s'agit par exemple de rendre compte d'un discours en observant les règles de la narration, du dialogue, de la description... Cette approche peut conduire à distinguer différents types de discours : juridique, littéraire, politique, médical, publicitaire...

**Analyse multivariée** : analyse quantitative portant sur plusieurs variables, consistant à contrôler une variable dépendante\* par au moins deux variables explicatives\*.

**Analyse de régression** : voir *Régression*.

**Analyse univariée** : analyse qui porte sur une seule variable.

**Arrondi** : valeur approchée réduisant le nombre de décimales, notamment lorsque celles-ci ne sont pas statistiquement significatives.

**Attitude** : le concept d'attitude est utilisé en sciences sociales pour désigner les tendances profondes qui caractérisent les individus. C'est une disposition de la personnalité susceptible de prédire les comportements.

**Baromètre** : désigne un sondage renouvelé périodiquement. Les mêmes questions sont posées (administrées, selon le terme technique) à plusieurs reprises à des échantillons *différents*. Il permet de mesurer les évolutions de l'opinion.

**Base de sondage** : pour prélever un échantillon dans un ensemble, il faut disposer d'informations sur les individus de la population-mère. Dans le cas des sciences sociales, il s'agit de listes d'adresses postales ou de messagerie électronique, de numéros de téléphone...

**Boule de neige (méthode de la boule de neige)** : la méthode dite « boule de neige » est une méthode de sélection des personnes interviewées pour des entretiens qualitatifs. Elle consiste à trouver un enquêté répondant aux critères recherchés, à lui demander s'il en connaît d'autres comme lui, et éventuellement à se faire recommander par lui auprès du nouvel interviewé.

**CAPI** : *Computer assisted personal interviewing*. Logiciel permettant d'entrer sur un masque de saisie les réponses d'un interviewé interrogé en face à face.

**CATI** : *Computer assisted telephone interviewing*. Logiciel permettant d'entrer sur un masque de saisie les réponses d'un interviewé interrogé par téléphone.

**CAWI** : *Computer assisted web interviewing*. Logiciel permettant de créer un masque de saisie sur lequel les interviewés peuvent répondre à une enquête après s'être connectés à un site internet.

**Centiles** : divisent une population en cent strates d'effectifs égaux. Le 50<sup>e</sup> centile correspond à la médiane\*.

**Codage** : selon les domaines, le codage correspond à des processus différents. Le codage d'un support de communication (texte, entretien, vidéo...) est une opération qui consiste à découper le support analysé en différentes unités, souvent thématiques et/ou séquentielles. Le codage des réponses à un questionnaire consiste à passer d'un système de représentation à un autre. Ainsi chaque *modalité de réponse*\* sélectionnée va correspondre à un code chiffré.

**Coefficient de corrélation\* linéaire** : coefficient qui mesure l'intensité de la relation entre deux variables numériques. Il est compris entre + 1 (corrélation positive parfaite) et - 1 (corrélation négative parfaite). Lorsqu'il est égal à 0, il y a absence de relations.

**Consigne** : elle est énoncée par l'enquêteur en début d'entretien pour en définir l'objectif. Elle prend le plus souvent la forme d'une question générale, par laquelle l'enquêteur va à la fois présenter le thème de l'entretien et manifester explicitement sa demande de parole vis-à-vis de l'enquêté.

**Corrélation** : liaison statistique entre deux variables. Voir *Coefficient de corrélation linéaire*.

**Déciles** : divisent une population en dix strates d'effectifs égaux.

**Déductif** : (raisonnement déductif, ou démarche déductive). La démarche déductive est la démarche scientifique qui consiste à aller du général vers le particulier. Le chercheur part d'une théorie ou d'une hypothèse. Il observe des phénomènes pour valider, invalider, ou affiner, cette théorie ou cette hypothèse.

**Désirabilité sociale** : tendance à déclarer des opinions ou des comportements conformes à ce qui est socialement acceptable ou désirable.

**Diagramme circulaire** (ou secteurs ou camembert) : graphique illustrant la répartition des modalités d'une variable. Il se présente sous la forme d'un cercle complet qui représente le nombre total d'individus, et dont les tranches représentent soit des fréquences, soit des pourcentages proportionnels au nombre d'individus.

**Diagramme en barre ou en bâtons** : graphique de présentation d'une distribution de variable\*. Les modalités de la variable sont le plus souvent données sur l'axe des abscisses, tandis que leurs valeurs respectives (pourcentages ou effectifs) figurent en ordonnée.

**Dichotomique (variable)** : variable comprenant deux modalités de réponse. On parle aussi de variable binaire.

**Dictionnaire de code** (ou *code book*) : pour un fichier de données, document listant les variables et leurs modalités.

**Directif (entretien)** : entretien guidé par une série de questions entièrement rédigées.

**Distribution marginale** (ou marge du tableau) : dernière ligne ou dernière colonne d'un tableau. Elle présente le tri à plat (en effectifs ou pourcentages) pour chacune des deux variables d'un tableau croisé.

**Données écologiques** : qui correspondent à des ensembles de données individuelles pour une zone géographique. Par exemple, le pourcentage de personnes ayant fait des études universitaires dans chacun des pays européens.

**Écart absolu** : différence obtenue par soustraction entre deux effectifs.

**Écart relatif** : différence obtenue par soustraction entre deux pourcentages, qui peut être exprimée elle-même en pourcentages ou en points de pourcentages.

**Écart-type** : racine carrée de la variance\*. C'est une mesure standardisée qui permet la comparaison entre des variables dont les unités sont différentes.

**Échantillon partagé (*split ballot*)** : opération qui consiste à scinder aléatoirement l'échantillon en plusieurs groupes de manière à tester différentes formulations de la même question.

**Échelle** : en psychologie sociale, il est courant de parler d'échelle à la place de variable. Au sens large, une échelle correspond à toute question qui permet de classer les individus sur une seule dimension. Elle est synonyme de variable ordinale. En un sens plus étroit, on parle d'échelle d'attitude\*.

**Échelle d'attitude** : combinaison de plusieurs variables, l'échelle d'attitude\* mesure une orientation profonde d'action. Une échelle d'attitude\* est un cas particulier d'indice\*.

**Écoute** : la situation d'entretien implique que l'interviewer manifeste une disposition à l'écoute. Celle-ci présente trois caractéristiques principales : elle est active (elle s'inscrit dans une stratégie d'intervention visant à favoriser la production d'un discours), elle est neutre (voir *neutralité*), elle porte à la fois sur les aspects explicites (ce qui est dit) et sur les aspects implicites (ce qui n'est pas dit) du discours de l'interviewé.

**Effectif** : nombre de personnes choisissant une *modalité de variable*\*. On parle aussi de fréquence\* brute, à distinguer d'une distribution de variable en pourcentages.

**Effet de halo** : on parle d'un « effet de halo » lorsque certaines questions sont susceptibles d'orienter les réponses des questions ultérieures, comme demander l'opinion sur l'avortement après avoir interrogé sur les pratiques religieuses.

**Épistémologie** : réflexions sur la connaissance scientifique.

**Erreur écologique** (de l'anglais *ecological fallacy*) : consiste à tirer abusivement des conclusions à une échelle individuelle à partir de l'analyse de données produites à une échelle plus globale.

**Étendue** : différence entre la valeur la plus élevée et la valeur la plus faible d'une même distribution de variable.

**Expert** : on désigne sous ce terme une personne habituée à parler en public, responsable d'institutions ou professionnel de la parole comme les enseignants, les avocats, les militants ou les hommes politiques, par opposition au novice. L'expert tend à produire un discours conventionnel et à se cantonner au registre modal\*. L'enquêteur doit en tenir compte dans la formulation de la consigne\* (qu'il pourra personnaliser) et dans la conduite de l'entretien.

**Exploratoire (entretien)** : l'entretien exploratoire a pour but, non de démontrer des hypothèses déjà bien établies par le chercheur, mais plutôt d'inventorier un champ social encore mal connu de lui, dans un but de découverte. Il utilisera alors de préférence un *guide d'entretien\** à *structure faible\**.

**Falsification des préférences** : formule avancée par Timur Kuran, *Public Truths, Public Lies: The social Consequences of Preference Falsification*, Harvard University Press, 1995. En raison de la pression sociale, les individus sont incités à masquer leurs préférences personnelles, si bien que certaines opinions deviennent progressivement « impensables ». Voir aussi *Spirale du silence*.

**Fréquence** : nombre ou effectif\* d'individus ayant choisi une *modalité de variable\**.

**Guide d'entretien** : c'est le document à partir duquel l'enquêteur réalise ses entretiens en face-à-face. Pour les entretiens directifs\*, le guide se réduit à une liste de questions ouvertes dont l'ordre est fixé ; pour les entretiens semi-directifs\*, il ne comporte pas de questions mais seulement des thèmes à aborder systématiquement ainsi que des indications sur les stratégies de relance\*.

**Histogramme** : diagramme\* en bâtons juxtaposés afin d'indiquer que la variable est de nature quantitative et continue.

**Idéal-type** : chez Weber, l'idéal-type est une construction du chercheur. Il s'agit d'une représentation simplifiée d'une réalité observée, qui met en évidence les traits les plus significatifs relativement aux questions posées, et permet ainsi de comprendre et d'analyser les logiques d'action associées. Par exemple, l'idéal-type de la bureaucratie (hiérarchie structurée, affectation claire des fonctions, etc.) permet de comprendre, dans les grandes lignes, le fonctionnement de certaines organisations.

**Indicateur** : caractéristique jugée intéressante à mesurer dans une population d'individus\*. Synonyme d'item\*.

**Indépendance des variables** : absence de relations entre variables.

**Indice** : variable construite par combinaison de plusieurs autres. Voir aussi, *échelle d'attitude*.

**Inductif** : (raisonnement inductif, ou démarche inductive). La démarche inductive est la démarche scientifique qui consiste à aller du particulier vers le général. Le chercheur part de l'observation de phénomènes singuliers. Il cherche à construire une théorie, en généralisant ses observations, ou en établissant des liens systématiques entre certains phénomènes.

**Individu** : c'est une unité statistique, élément d'un ensemble. Il ne s'agit pas nécessairement d'une personne humaine. Ce peut être n'importe quel objet, vivant ou non, matériel ou immatériel.

**Intervalle de confiance** : chiffre indiquant l'étendue de l'incertitude autour du résultat d'un sondage. L'intervalle de confiance est le double de la *marge d'erreur*\*.

**Item** : dans un questionnaire, un item est parfois une question parmi d'autres, parfois une *modalité de réponse*\* à une question. Par extension le terme désigne toute information relative au répondant. Par exemple, dans une enquête effectuée à domicile, le quartier du répondant est enregistré sur le questionnaire sans nécessiter une question.

**Khi 2** : voir *Test du khi 2*.

**Logique d'action** : désigne la rationalité ou la justification des actions menées, c'est-à-dire les motivations, stratégies, trajectoires, positionnements identitaires d'un individu ou d'un groupe.

**Logique de représentation** : désigne la rationalité des représentations et du système de valeurs d'un individu ou d'un groupe.

**Marge d'erreur** : chiffre indiquant une distance positive et négative autour du résultat d'un sondage. L'*intervalle de confiance*\* ou les marges d'erreur sont généralement exprimés avec une probabilité de 95 % que le résultat obtenu soit conforme à celui de l'univers de l'enquête.

**Médiane** : elle résume l'information recueillie par une variable quantitative en définissant la valeur qui divise la population en deux segments de taille égale; la moitié des individus sont en dessous de cette valeur, l'autre moitié est au-dessus.

**Médiane (réponse)** : une réponse est dite médiane lorsqu'elle permet à la personne interrogée de ne pas prendre position, de rester neutre (par exemple « ni l'un ni l'autre »).

**Méthode des itinéraires (random route)** : procédure de choix aléatoire basée sur un itinéraire que l'enquêteur doit suivre à partir d'une adresse géographique aléatoirement choisie.

**Modal (registre modal)** : le registre modal vise à restituer des motivations, des opinions, des images, des sentiments ou des jugements personnels... Il va permettre de découvrir et reconstruire les logiques de représentation, avec les « visions du monde », les idéologies ou les systèmes de valeurs sur lesquels elles s'appuient. Il répond typiquement à la question « que pensez-vous de... ? » ou « À votre avis... ».

**Modalité (de réponse à une variable)** : désigne les différentes réponses possibles à une question. « Homme » et « femme » sont les deux modalités de réponse à une question sur le genre. Pour une variable quantitative, les modalités sont des valeurs numériques.

**Mode** : le mode est la valeur ou la modalité qui revient le plus fréquemment pour une variable\* donnée.

**Mode d'accès (direct ou indirect)** : voir *Accès direct* et *Accès indirect*.



**Moyenne arithmétique** : somme des valeurs prises par une *variable quantitative*\* lorsqu'elle est divisée par le nombre de valeurs.

**Multiplicateur associé** : expression possible et souhaitable d'un pourcentage lorsque celui-ci dépasse 100 %. Par exemple, une augmentation de 300 % sera plutôt exprimée par une multiplication par 4.

**Neutralité** : cette attitude déontologique renvoie à l'absence de jugements à l'égard de l'enquête. La neutralité n'implique pas une distance ou une passivité de la part de l'enquêteur, mais une considération et un intérêt permettant à l'enquêteur de s'exprimer librement. Le psychologue clinicien Carl Rogers parle en ce sens de « neutralité bienveillante ».

**Non-directif (entretien)** : entretien dans lequel l'enquêteur se contente, au début, d'explicitier la consigne\* générale. Il relance l'enquêteur par des interventions non prévues d'avance, seulement dépendantes des paroles antérieures de l'enquêteur.

**Orientation** : définit une attitude interventionniste et manquant de neutralité\* de la part d'un enquêteur. L'orientation consiste à suggérer plus ou moins ouvertement à l'enquêteur ce qu'il doit ou devrait faire, penser ou ressentir.

**Pacte d'enquête** : il désigne le contrat implicite qui lie l'interviewé et l'interviewer dans le cadre de l'entretien de recherche. L'enquêteur s'engage à offrir une parole – ce qu'il a à dire –, tandis que l'enquêteur s'engage en retour à faciliter l'expression de cette parole, à ne pas la mettre en doute ou à ne pas la juger, à la recueillir de manière loyale et fidèle.

**Panel** : désigne un sondage fait plusieurs fois en posant des questions au moins en partie identiques à un même échantillon de population. Seuls les panels permettent de bien mesurer la volatilité de l'opinion en appréhendant les changements de réponse des mêmes individus aux mêmes questions.

**PCS (code des)** : nomenclature des professions et catégories socioprofessionnelles utilisée pour coder la profession des individus dans le cadre du recensement et des enquêtes réalisées par l'INSEE auprès des ménages.

**Population** : un ensemble d'individus, souvent très différents d'une population démographique.

**Plan de sondage** : son établissement consiste à définir la taille de l'échantillon, le mode de sélection des personnes à interroger, les différents niveaux de tirage aléatoire ou la structure de l'échantillon en fonction des quotas retenus.

**Population-mère** : voir *Univers de l'enquête*.

**Population parente** : voir *Univers de l'enquête*.

**Pourcentage** : désigne une proportion par rapport à un tout. Il y a 48 % d'hommes dans la population française.

**Quantiles** : division d'une population en X classes d'effectifs égaux.

**Quartiles** : découpage d'une variable en quatre segments de même effectif. Le premier segment regroupera donc 25 % de l'effectif, le second autant.

**Question fermée** : question qui comporte différentes modalités de réponses préétablies entre lesquelles l'enquêteur choisit celle qui correspond le mieux à sa position. Il est parfois possible de choisir deux ou plusieurs modalités de réponses.

**Questionnaire** : outil d'investigation, composé de questions fermées\* (parfois ouvertes\*), destiné à recueillir des informations standardisées et quantifiables sur une population donnée.

**Question ouverte** : question qui ne spécifie aucune modalité de réponse préétablie. L'enquêteur utilise donc ses propres termes et est en général relancé par l'enquêteur pour préciser ce qu'il veut dire.

**Question préformée** (ou question cafétéria) : elle comporte plusieurs modalités de réponses préétablies, chaque modalité étant une phrase qui explicite une tendance de l'opinion. Les questions préformées peuvent être construites sur la base d'une série d'entretiens qualitatifs.

**Recodage** : opération qui consiste à recoder les modalités\* d'une variable soit pour les réduire, par exemple dans du regroupement en tranches d'âge, ou les harmoniser, notamment pour la construction d'échelles\* ou d'indices\*.

**Référentiel (registre référentiel)** : Les discours utilisant un registre référentiel visent à connaître des faits : les comportements individuels, les trajectoires, les décisions prises, les événements, les savoir-faire. Il répond typiquement aux questions : « Comment avez-vous fait ? » ou « Comment cela s'est-il passé ? ».

**Régression** : l'analyse de régression est une forme d'*analyse multivariée*\*. Il s'agit d'un mode de raisonnement « toutes choses égales par ailleurs », cherchant donc à vérifier l'effet *propre* d'une variable une fois que toutes les autres ont été contrôlées.

**Relance** : les relances correspondent aux interventions de l'enquêteur qui incitent l'enquêté, de différentes manières, à poursuivre et à approfondir son discours.

**Représentativité** : en sciences sociales, un groupe réduit d'individus sera dit représentatif s'il a les mêmes caractéristiques qu'une population plus large et constitue ainsi un échantillon\*.

**Saturation** : l'enquêteur arrive à « saturation » lorsqu'il a le sentiment que l'information obtenue en entretien devient totalement redondante, soit dans le cadre d'un entretien particulier, soit dans le cadre d'un ensemble d'entretiens. En pratique, au-delà d'une cinquantaine d'entretiens, les nouveaux venus n'apportent guère d'informations nouvelles sur le thème recherché, à condition que l'enquêteur ait suffisamment diversifié les critères de choix des interviewés.

**Semi-directif (entretien)** : entretien dans lequel l'intervieweur s'appuie sur une grille de thèmes qu'il peut lancer dans l'ordre qu'il veut, en fonction des discours déjà tenus par l'enquêté.

**Spirale du silence** : formule avancée en 1974 par Elisabeth Noëlle-Neumann pour décrire la tendance des individus à masquer leurs opinions lorsque celles-ci sont minoritaires dans la société afin d'éviter l'isolement social (*Journal of Communication*, n° 24). Les opinions minoritaires finissent donc par ne plus s'exprimer dans l'espace public. Voir aussi *Falsification des préférences*.

**Structure faible (guide d'entretien à structure faible)** : un guide d'entretien à structure faible est une grille de thèmes généraux qui permettent à l'enquêté de développer des thématiques que les concepteurs de l'enquête n'avaient pas prévu. Il est pertinent pour les domaines de recherches nouveaux, où les connaissances sont faibles.

**Structure forte (guide d'entretien à structure forte)** : un guide d'entretien à structure forte est construit autour de thèmes clairement hiérarchisés. Il est alimenté par des connaissances fournies sur le sujet (Blanchet et Gotman,

2007). Il est pertinent si le chercheur dispose d'un cadre problématique solide sur le thème d'enquête et d'hypothèses précises.

**Test du khi 2 ( $\chi^2$ )** : test statistique destiné à résumer la probabilité et l'intensité de la relation entre deux variables d'un tableau ; il est calculé à l'aide des écarts de chaque case du tableau aux *distributions marginales*\*. L'estimation du  $\chi^2$  nécessite l'emploi d'une table qui propose des résultats en fonction du nombre de lignes et de colonnes du tableau.

**Tri à plat** : résultat obtenu à une question de sondage.

**Tri croisé** : distribution des réponses à une question en fonction des réponses à une autre. Ainsi, si l'on veut un tri croisé de deux questions ayant chacune deux modalités de réponses (oui ou non), on aura un tableau à quatre cases (oui oui, non non, oui non et non oui).

**Typologie** : elle classe la réalité observée en plusieurs types (ou ensembles) présentant des caractéristiques communes. Ces caractéristiques peuvent être démographiques, sociales, économiques, etc. Elles peuvent également décrire les logiques d'action ou les représentations partagées par les acteurs d'un même type. On peut par exemple classer les familles selon qu'elles comportent un couple ou sont monoparentales, selon la présence ou l'absence d'enfants, selon la manière d'exercer l'autorité parentale, selon la conception de l'éducation, etc.

**Univers de l'enquête ou population-mère** (parfois aussi appelée **population parente**) : c'est la population sur laquelle porte l'enquête, qui est strictement délimitée à partir des objectifs de celle-ci.

**V de Cramer** : test statistique élaboré à partir du khi 2 ( $\chi^2$ ), qui permet de comparer les relations entre variables de tableaux, quel que soit le nombre de lignes ou de colonnes de ces derniers, et sans l'aide d'une table. Il varie entre 0 signifiant l'indépendance entre les deux variables et 1 (relation parfaite).

**Variable** : caractéristique d'une personne, d'un objet ou d'une situation qui prend des valeurs différentes selon les individus\*. C'est donc un critère de classification des individus. On distingue les *variables quantitatives*\* et les *variables qualitatives*\*.

**Variable binaire ou dichotomique** : variable avec deux modalités de réponse (par exemple : homme et femme, oui et non).

**Variable dépendante, aussi appelée « variable à expliquer » :** c'est la variable au centre de l'analyse, celle qui correspond à l'objet d'étude. On veut mesurer sa dépendance par rapport aux *variables indépendantes\**.

**Variable indépendante, aussi appelée « variable explicative » :** c'est une variable qui contribue à l'explication d'un phénomène (à l'explication de la *variable dépendante\**).

**Variable nominale :** variable qualitative où chaque modalité a une identité propre (elle a un « nom »). Ces modalités ne sont pas ordonnées ou hiérarchisées, et ne peuvent être soumises à des opérations statistiques comme la moyenne.

**Variable ordonnée, ordinale (ou encore continue) :** variable qualitative dont les modalités peuvent être classées selon un certain ordre. Par exemple, une question sur le niveau de diplôme avec cinq modalités de réponse (sans diplôme, primaire, secondaire, baccalauréat, supérieur) est une variable ordinale. De telles variables ne donnent normalement pas lieu à des opérations arithmétiques.

**Variable qualitative :** une telle variable comporte des modalités qui expriment une qualité comme le sexe, la couleur ou le nom. Parmi les variables qualitatives, on distingue les *variables nominales\** et les *variables ordonnées\**.

**Variable quantitative :** une variable est dite quantitative (ou continue, ou numérique) lorsque chaque individu\* est défini par une valeur numérique différente. Par exemple, la taille ou le poids sont des variables quantitatives, de même que le nombre de fois où l'on va au cinéma. Sur une variable quantitative, on peut calculer une moyenne\* pour une population donnée (moyenne d'âge de différents pays par exemple).

**Variance :** correspond à la moyenne des carrés des écarts à la moyenne.

## Bibliographie

- ABRIAL Stéphanie. *Les enfants de harkis, De la révolte à l'intégration*, Paris, L'Harmattan, 2002.
- ADORNO Theodor W., FRENKEL-BRUNSWIK Else, LEVINSON Daniel, SANFORD Nevitt, *The Authoritarian Personality, Studies in Prejudice Series*, New York: Harper & Row, 1950.
- AMAR Michel, « Les très hauts salaires du secteur privé », *INSEE Première*, n° 1288, 2010.
- ANTOINE Jacques, *Histoire des sondages*, Odile Jacob, 2005.
- BARNES Samuel, KAASE Max et al., *Political Action: Mass Participation in Five Western Democracies*, Londres: Sage Publications, 1979.
- BEAUD Stéphanie, WEBER Florence, *Guide de l'enquête de terrain*, Paris, La Découverte, 2003.
- BECKER, Howard S., *Outsiders. Études de sociologie de la déviance*. Paris, Métailié, 1985.
- BERTAUX Daniel, *Les récits de vie*. Nathan, coll. 128, 1997.
- BERTHIER Nicole, *Les techniques d'enquête en sciences sociales. Méthode et exercices corrigés*, Armand Colin, coll. Cursus, 3<sup>e</sup> édition, 2006.
- BLANCHET Alain, GUTMAN Anne, *L'enquête et ses méthodes. L'entretien*, Paris, Armand Colin, coll. 128 (2<sup>e</sup> édition), 2007.
- BLONDIAX Loïc, *La fabrique de l'opinion. Une histoire sociale des sondages*, Seuil, 1998.
- BON Frédéric, *Les sondages peuvent-ils se tromper?*, Calmann-Lévy, 1974.
- BONGRAND Philippe, LABORIER Pascale, « L'entretien dans l'analyse des politiques publiques : un impensé méthodologique? », *Revue française de science politique*, vol. 55/1, 2005, p. 73-111.
- BONNET François, « La distance sociale dans le travail de terrain : compétence stratégique et compétence culturelle dans l'interaction d'enquête », *Genèses*, vol. 4, n° 73, 2008, p. 57-74.

