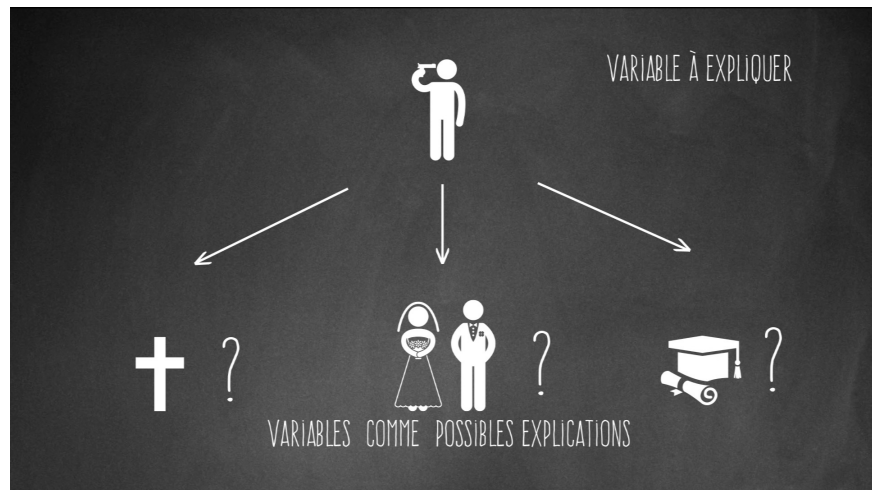


Module 2 : Les variables

Le principe de l'analyse des données consiste à observer l'interaction entre différentes variables afin de déterminer si certaines d'entre elles n'en expliqueraient pas une ou plusieurs autres... C'est en substance ce qu'on a vu pendant la première leçon à propos de la manière dont Durkheim

envisage le suicide : le taux de suicide étant la variable à expliquer ; la religion, le statut matrimonial ou le niveau d'éducation étant quelques-unes de ces variables utilisées comme possible explication des variations du taux de suicide. Il est ainsi apparu qu'une

modalité de la variable religion (celle qui désigne la religion protestante en particulier) indiquait systématiquement une augmentation du taux de suicide, tout comme le fait d'être célibataire ou bien de savoir lire et écrire... A la fin du XIXe siècle, en tout cas.



L'analyse des données suppose donc de faire deux choses :

- La première consiste à réaliser certaines expériences pour vérifier s'il existe une relation statistique entre différentes variables, c'est ce que l'on fait au moyen du tableau de contingence et des tests de corrélation sur lesquels on reviendra plus tard ;
- La seconde, une fois qu'une relation a bien été identifiée entre une ou plusieurs variables, suppose de lui donner une interprétation sociologique pertinente.

Le problème est qu'une partie importante de cette interprétation est engagée dès la préparation de l'enquête quand on choisit et formule les questions qui seront posées aux personnes qui seront interrogées, et qui deviendront les variables au cours de l'analyse des données. Car une variable n'a rien de tout à fait simple : en deçà de leur évidence, ce sont de complexes constructions sociales qui renvoient toujours de façon plus ou moins explicite à différentes conceptions de la société. Il faut donc être particulièrement attentif à la façon dont on va les choisir et les construire dans la préparation de notre enquête.

CAPSULE 1 : LES DIMENSIONS DE L'ATTITUDE

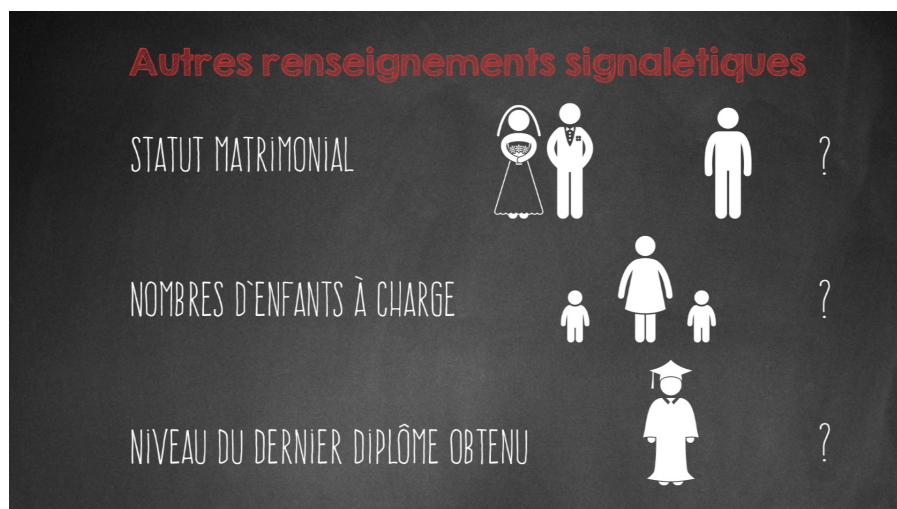
A priori, une variable se présente comme quelque chose d'assez simple : c'est une information qui décrit un état des individus interrogés. En réalité, il y a différents types de variables qui se rapportent tous, au fond, à la manière dont nous construisons nos attitudes envers le monde.

Parmi les variables le plus couramment utilisées dans toutes sortes d'enquête, on retrouve souvent :

- Le genre (masculin ou féminin) ;
- l'âge ;
- La profession (ce qu'on appelle désormais les « professions et catégories sociales » ou « PCS ») ;
- Les revenus du ménage ;
- Le lieu de résidence (c'est-à-dire le type de milieu, urbain ou rural, où l'on vit).



Selon les enquêtes, on peut encore trouver d'autres « renseignements signalétiques » ou « sociodémographiques » comme le statut matrimonial (est-on marié, divorcé, PACSé, veuf ou bien célibataire ?), le nombre d'enfants qui sont à notre charge, le niveau du dernier diplôme obtenu, etc.



Toutes ces variables classiques prétendent d'une certaine façon pouvoir expliquer quelque chose de nos opinions et de nos comportements... Et, cela fonctionne en effet assez souvent.

Dans certaines enquêtes portant sur un thème particulier, on peut trouver d'autres variables du même genre mais qui sont spécifiques au thème traité :

- On peut ainsi tenter d'expliquer les intentions de vote des électeurs en leur demandant pour qui ils ont déjà voté par le passé ou bien en évaluant ce qu'il est convenu d'appeler leur « proximité politique » :

Soit en disant de quel parti ils se sentent le plus proche :

Question : « De quel parti ou formation politique vous sentez-vous le plus proche ? »

Propositions de réponse (donner une seule réponse) :

- Parti communiste
- Parti de gauche
- Mouvement Républicain et citoyen
- Parti socialiste
- Parti radical de gauche
- Europe Ecologie les Verts
- Mouvement démocrate (Modem)
- Les Républicains
- Debout la France
- Mouvement pour la France
- Front national

Soit en se situant sur une échelle graduée entre 0 et 10, étant entendu que le 0 désignerait alors l'extrême gauche, par exemple, et le 10, l'extrême droite :

Question : « Diriez-vous que vous êtes plutôt de gauche ou plutôt de droite ? Vous pouvez nuancer votre réponse en donnant une réponse sur une échelle de 0 à 10 : 0, si vous vous sentez plutôt proche de l'extrême gauche ; 10, si vous vous sentez plutôt proche de l'extrême droite ; 5, si vous vous sentez plutôt proche du centre » :

Entourer la réponse :

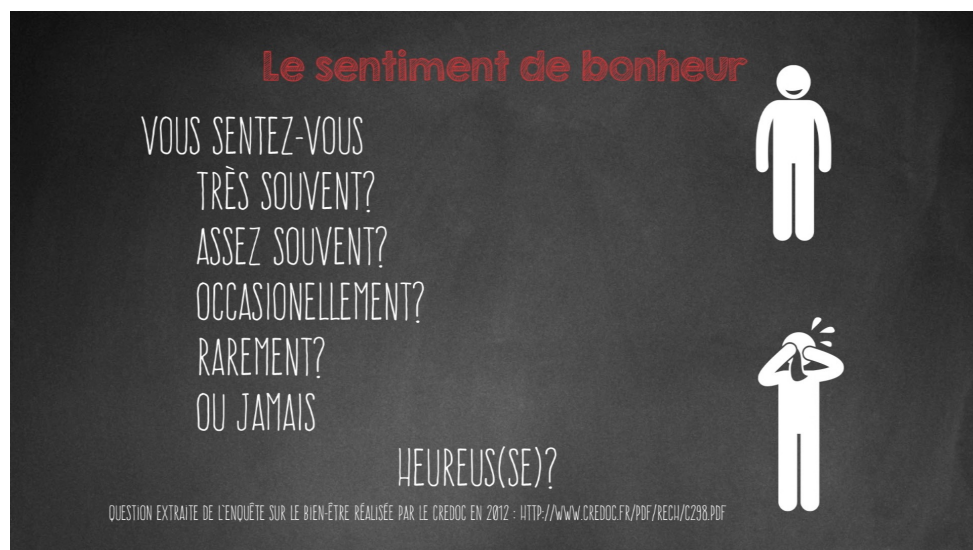
- De la même façon, je peux essayer de comprendre les intentions d'achat des consommateurs en jugeant de leur comportement passé (quelles marques ou produits achètent-ils le plus souvent ?) et/ou de leurs préférences (quelles marques préfèrent-ils ?).

En fait, le développement d'enquêtes dans tous les domaines de l'activité sociale, ou peu s'en faut, a souvent généré des variables particulières qui sont en quelque sorte devenues des « institutions » non seulement parce qu'elles font l'objet d'un emploi presque systématique mais aussi, et surtout, parce qu'elles résument en quelque sorte un certain nombre d'observations déjà faites par le passé et/ou bien des théories sociologiques bien établies. Si, dans les enquêtes sur les pratiques culturelles des Français¹, on peut poser des questions portant sur l'origine socioculturelle des parents des personnes interrogées, c'est parce que, comme le propose Pierre Bourdieu, nos pratiques et nos goûts doivent beaucoup à ce que nous transmettent nos aïeux... Et pas seulement dans le domaine culturel d'ailleurs (Bourdieu, 1979). Avant de démarrer une enquête, on a donc toujours intérêt à s'informer sur celles qui ont déjà été réalisées sur le même thème, ou un thème proche, notamment pour identifier les variables qui ont été utilisées et, si c'est pertinent, reprendre celles qui ont été le plus utiles.

Il faut aussi, bien sûr, imaginer de nouvelles variables pour risquer de nouvelles hypothèses. Si je souhaite par exemple réaliser une enquête pour mieux connaître les conditions du bien-être des habitants de l'agglomération grenobloise, comme on l'a fait en 2013, on leur posera alors des questions sur leur sentiment de bonheur ou sur leur satisfaction de la vie qu'ils mènent : deux variables qu'on trouve souvent dans les enquêtes sur les valeurs des Français ou des Européens².

Le sentiment de bonheur :

« Vous sentez-vous très souvent, assez souvent, occasionnellement, rarement ou jamais heureux(se) ? »



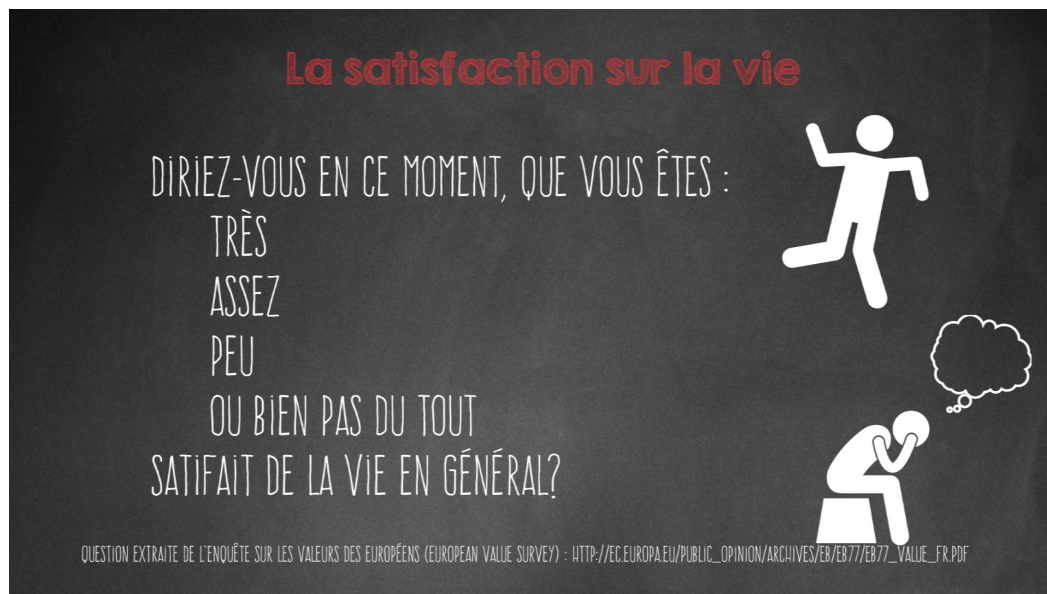
Question extraite de l'enquête sur le bien-être réalisée par le CREDOC en 2012 : <http://www.credoc.fr/pdf/Rech/C298.pdf>

¹ <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/>

²

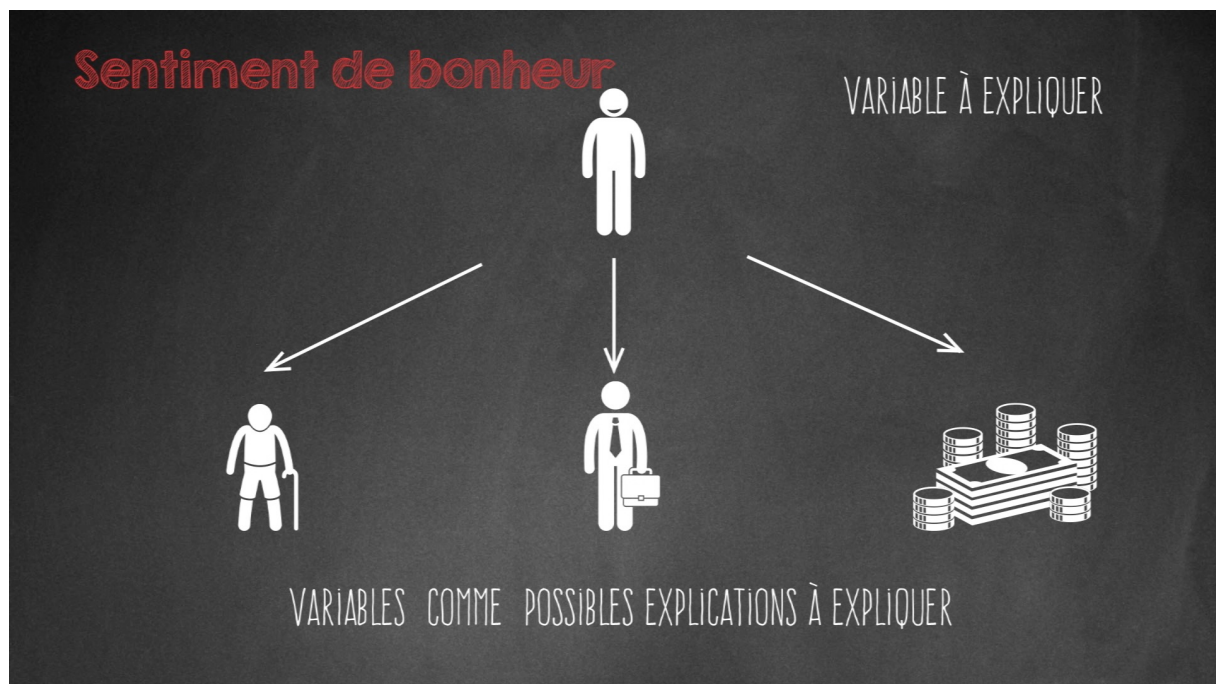
La satisfaction sur sa vie :

« Diriez-vous, en ce moment, que vous êtes très, assez, peu ou bien pas du tout satisfait de votre vie en général ? »

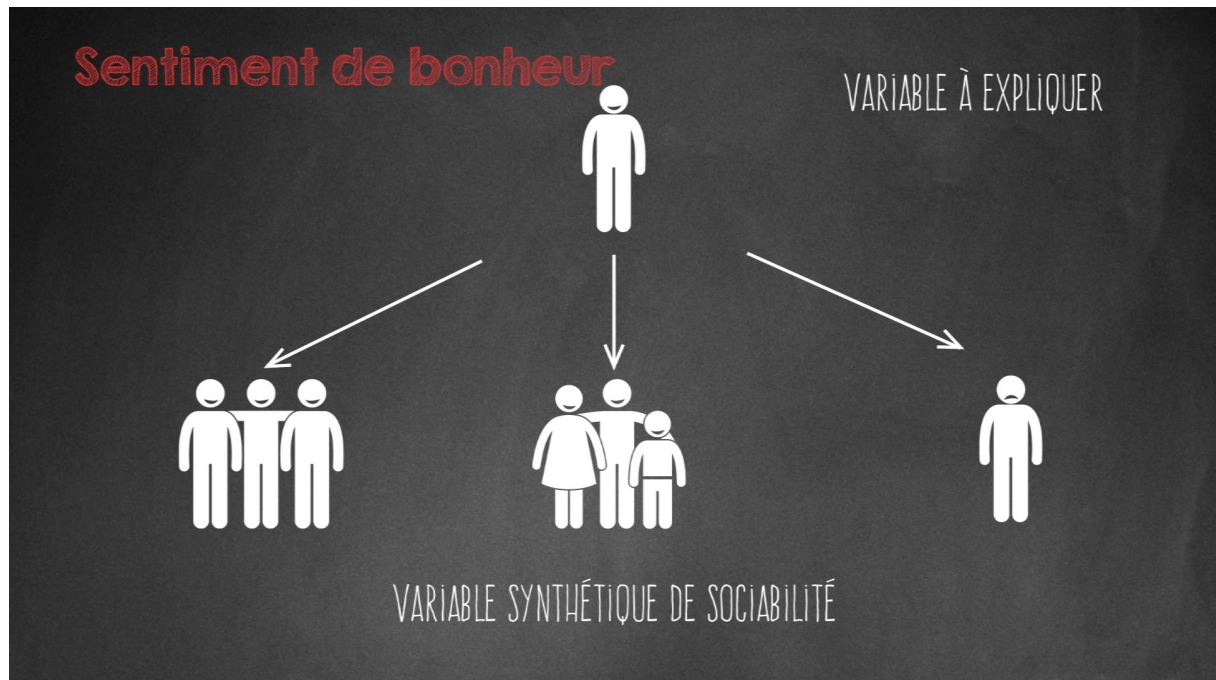


Question extraite de l'enquête sur les valeurs des Européens (*European value survey*) : http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb77/eb77_value_fr.pdf

On essaiera ensuite de les expliquer par d'autres très classiques comme l'âge, la profession, voire le niveau des revenus si je fais par exemple l'hypothèse que l'argent fait le bonheur.



Mais on pourra aussi en essayer de nouvelles comme une variable synthétique qui rendrait compte de l'intensité et de l'étendue de nos pratiques de sociabilité, si je fais l'hypothèse que rien n'est plus important pour notre bien-être que d'être en relation avec autrui.



Une variable synthétique est construite à partir de la combinaison de plusieurs autres.

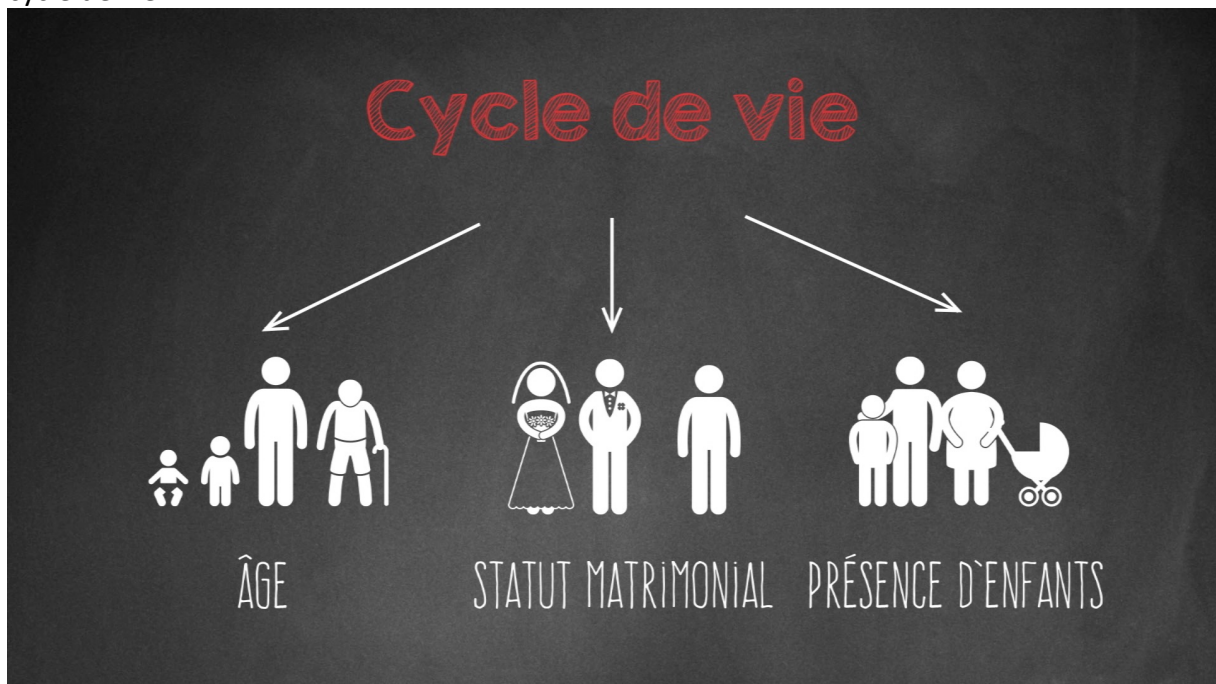
En l'occurrence une variable synthétique de sociabilité pourrait combiner la fréquence à laquelle on rencontre : les membres de sa famille, ses amis, ses voisins, ses collègues (en dehors du travail).

Variable synthétique de sociabilité

FRÉQUENCE À LAQUELLE ON RENCONTRE:

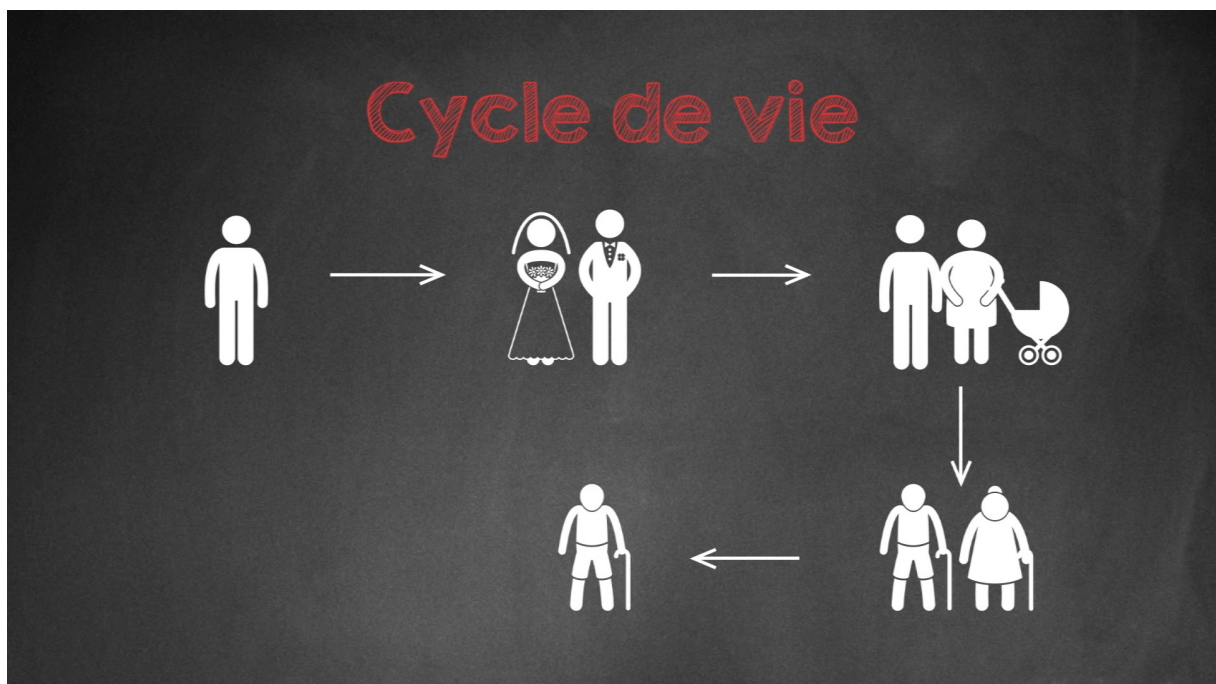
	PLUSIEURS FOIS PAR SEMAINE	1 OU 2 FOIS PAR SEMAINE	2 OU 3 FOIS PAR MOIS	MOINS SOUVENT	JAMAIS
LES MEMBRES DE SA FAMILLE 	☐	☐	☐	☐	☐
SES AMIS 	☐	☐	☐	☐	☐
SES VOISINS 	☐	☐	☐	☐	☐
SES COLLÈGUES (EN DEHORS DU TRAVAIL) 	☐	☐	☐	☐	☐

Certaines variables synthétiques sont d'un usage assez fréquent, comme celle qui décrit le cycle de vie.



Cette variable combine l'âge, le statut matrimonial et la présence d'enfant de telle sorte qu'elle peut décrire les différentes étapes d'une trajectoire de vie typique :

- Jeune célibataire ;
- Jeune couple sans enfant ;
- Couple avec enfant ;
- Couple sénior sans enfant ;
- Veu(-ve).

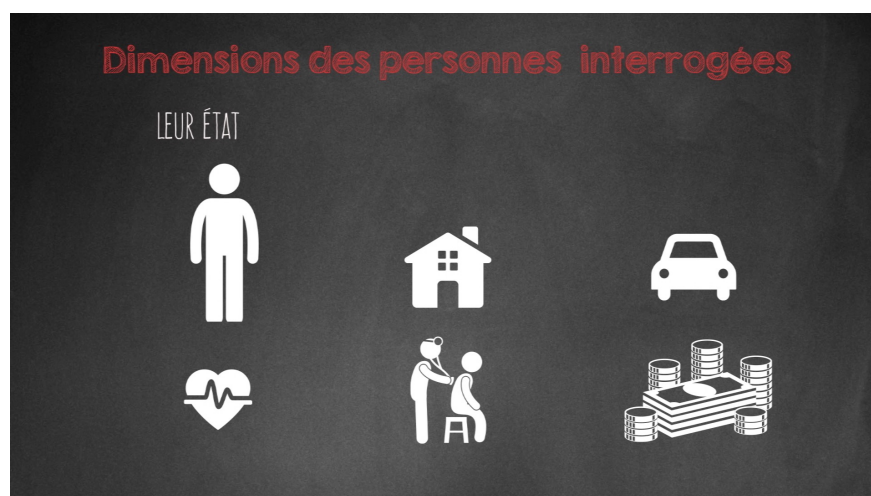


On identifie classiquement deux sortes de variables :

- **Des variables qualitatives** (ou catégorielles) qui n'ont pas de valeur numérique : il peut alors s'agir de proposer de faire un choix exclusif entre différentes modalités de réponse (je suis d'accord OU BIEN pas d'accord ; je suis un homme OU BIEN une femme, etc.) ou bien un choix multiple parmi une liste de réponses plus ou moins longue. Parmi les choses qui comptent le plus pour moi, je pourrais ainsi désigner par ordre décroissant d'importance pour moi : d'abord le fait d'être amoureux, ensuite d'avoir beaucoup d'amis, ensuite de pouvoir faire ce qui me plaît, et ainsi de suite.
- **Des variables quantitatives** qui, au contraire, permettent de recueillir des indications chiffrées :
 - Les variables quantitatives discrètes sont limitées à un nombre fini d'observations comme le nombre de personnes composant une famille (c'est une donnée qui, en principe, ne comporte pas de décimale !) ou bien l'expression d'un accord sur une échelle comprise entre 0 et 10 ou 20, par exemple.
 - Les variables quantitatives continues qui ne sont a priori pas limitées : comme la taille de quelque chose (comme la surface des logements), le temps consacré à une tâche quelconque (comme regarder la TV), ou bien encore la quantité d'argent qu'on a en réserve sur son compte en banque... Selon le degré de précision souhaité pour l'enquête, la réponse à ce type de variable peut donc prendre une infinité de nuances (ou décimales) exprimées en mètres, centimètres et millimètres ; heures, minutes et secondes ; euros et centimes.

Ces différents types de variables peuvent donc s'appliquer à plusieurs dimensions des personnes interrogées :

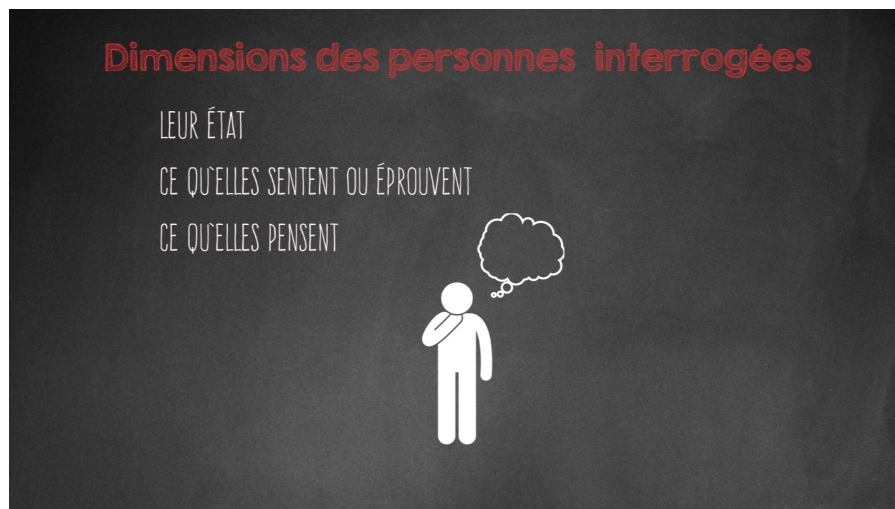
- Leur état en considérant la place qu'elles occupent dans la société et qui peut donc être approchée par les caractéristiques sociodémographiques classiques ou bien par d'autres variables portant par exemple sur leurs possessions (résidence secondaire, nombre et type de voitures, etc.). Mais on peut également décrire cet état en considérant bien d'autres dimensions comme certaines caractéristiques physiques, l'état de santé, etc.



- Ce qu'elles sentent ou éprouvent : une dimension affective peut être saisie à travers ce que l'on aime/n'aime pas, ce qui nous attire/nous repousse, etc.



- Ce qu'elles pensent : les savoirs, jugements et opinions constituent une dimension cognitive caractéristique de ce que nous sommes. Aussi un certain nombre de variables peuvent-elles s'attacher à saisir ce que nous pensons sur un sujet quelconque, avec quoi nous sommes (ou pas) d'accord, si nous sommes (ou pas) satisfaits de nos conditions de vie ou de l'action d'un gouvernement, par exemple.



- Ce qu'elles font : les comportements représentent davantage une dimension conative : en lien avec l'action. Différentes variables peuvent donc tenter d'explorer nos comportements : si nous les avons ou pas, ou bien à quelle fréquence nous les avons... Dans ce cas, on a toujours intérêt à être le plus précis possible : en indiquant une période de référence pour évaluer la fréquence du comportement visé, et en demandant une fréquence effective plutôt qu'une impression. Dans les enquêtes sur les pratiques culturelles, on demande ainsi souvent aux personnes interrogées combien de fois elles sont allées au cinéma, au théâtre ou quelque autre forme du spectacle vivant au cours des douze derniers mois. Pour des comportements a priori plus fréquents, comme le nombre de rencontres avec nos amis, on peut proposer une échelle de temps plus réduite : Tous les jours/plusieurs fois par semaine/une ou deux fois par semaine/ une ou deux fois par mois/moins souvent/jamais.

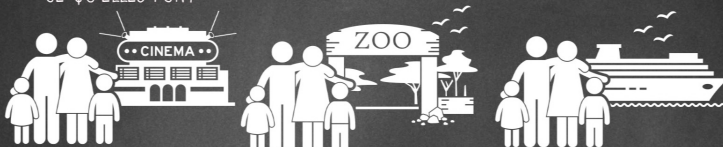
Dimensions des personnes interrogées

LEUR ÉTAT

CE QU'ELLES SENTENT OU ÉPROUVENT

CE QU'ELLES PENSENT

CE QU'ELLES FONT

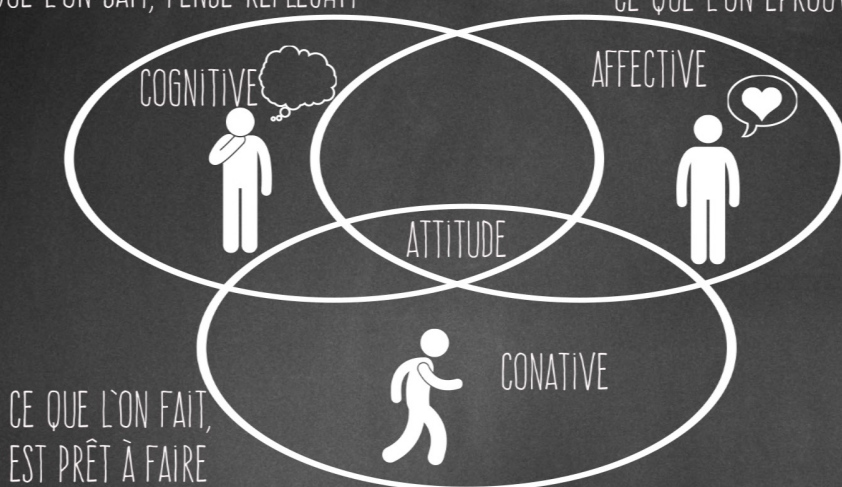


Au fond, les variables forment un dispositif technique par lequel il s'agit de rendre sinon visible, du moins manifeste, quelque chose d'insaisissable, de latent : ce qu'autrefois on aurait appelé une « inclination », mais qu'on appelle plutôt aujourd'hui une attitude, une propension (une tendance à penser ou faire quelque chose), voire un habitus.

Dimensions (manifestes) de l'attitude (latente)

CE QUE L'ON SAIT, PENSE RÉFLÉCHIT

CE QUE L'ON ÉPROUVE RESSENT



Une attitude, c'est donc la tendance relativement stable que nous avons à sentir, penser, dire ou faire quelque chose et que nous avons élaborée tout au long de nos socialisations. Elle s'est donc cristallisée au cours de nos apprentissages et de nos échanges avec autrui, et s'est d'ailleurs transformée tout au long de notre existence... Enfin, il semble qu'avec l'âge, comme nos articulations, nos attitudes aient aussi tendance à « se fixer ». Elles déterminent en tout cas largement nos attractions/répulsions et nos goûts/dégoûts dans le monde qui nous entoure mais il n'est pas certain que leur ensemble forme toujours un système très cohérent... En ce sens, elles reflètent bien notre pluralité essentielle.