

Fiche 2.3 : Comment expliquer le comportement électoral ?

INDICATIONS COMPLÉMENTAIRES : On analysera l'évolution des taux d'inscription sur les listes électorales, des taux de participation et/ou d'abstention et leurs déterminants sociaux et politiques. Les principaux résultats de la sociologie de l'orientation électorale seront présentés (poids de la variable religieuse, vote de classe...). L'évocation de l'émergence d'un vote sur enjeu, influencé par les conjonctures politiques (campagnes électorales notamment), permettra de prendre la mesure de la volatilité électorale. La question de l'articulation entre médias, communication et vie politique sera également abordée afin de comprendre son éventuel impact sur les attitudes politiques (pratiques et opinions).

NOTIONS : Participation et abstention électorale, variables lourdes du comportement électoral, vote sur enjeu.

Savoirs de référence sur la question

Participation et abstention électorales

L'article 3 de la Constitution de 1958 considère comme électeurs « *tous les nationaux français majeurs des deux sexes, jouissant de leurs droits civils et politiques* ». Cette règle comporte néanmoins une exception depuis la ratification du Traité de Maastricht (1992). En effet, ce dernier octroie le droit de vote aux élections locales et européennes aux « citoyens de l'Union européenne », c'est-à-dire tous ceux qui possèdent la nationalité d'un Etat membre de l'UE et résident en dehors de leur pays d'origine. Sans rentrer dans le détail des modalités d'inscription sur les listes électorales, il peut être intéressant de mettre en évidence la loi du 10 novembre 1997, suivant laquelle les jeunes ayant 18 ans lors d'une année électorale sont automatiquement inscrits sur les listes. En France, le taux de non inscription est estimé à environ 10 %, ce qui signifie qu'un français sur 10, en âge et en droit d'être électeur ne l'est pas en raison d'une non inscription. Ce taux peut être comparé à celui calculé aux Etats-Unis et estimé à 30 %. Cependant, être inscrit ne signifie pas nécessairement être un électeur votant. À l'aide du site internet de *l'Institute for Democracy and Electoral Assistance*, il est possible de mettre en évidence l'évolution des taux de participation de nombreux pays depuis 1945.

Les explications sociales et politiques de ces comportements d'abstention sont nombreuses et non exclusives. Il convient d'emblée de mentionner qu'abstention ne signifie pas nécessairement passivité du citoyen, ce dernier pouvant être engagé par ailleurs dans de nombreuses activités associatives, militantes. Le comportement abstentionniste est souvent considéré comme le reflet d'un défaut d'intégration sociale. Ainsi, Alain Lancelot considère dans un ouvrage pionnier sur l'abstention électorale que « *l'abstentionnisme doit être considéré plutôt comme une norme culturelle conditionnée par des rapports sociaux. La participation électorale apparaît au total comme une dimension secondaire de la participation sociale. Elle procède d'un facteur général qui est le degré d'intégration à la collectivité* »¹. Dans le sillage d'auteurs tels que Pierre Bourdieu²

¹ Alain Lancelot, *L'Abstentionnisme électoral en France*, 1968.

² Pierre Bourdieu, *La Distinction*, 1979.

(utilisant les sans réponses dans les sondages comme indicateur du rapport au politique) ou Daniel Gaxie³, l'abstention est souvent appréhendée comme l'extériorisation d'un sentiment subjectif d'incompétence à comprendre les débats et enjeux des différentes élections politiques. À cet égard, de nombreuses études soulignent les taux de participation nettement en dessous des moyennes nationales pour les chômeurs, les précaires ou encore les jeunes non ou peu qualifiés. Il convient néanmoins de souligner que ces déterminants sociaux d'une abstention structurelle n'épuisent pas les explications mobilisables du phénomène abstentionniste. En effet, il existe une abstention conjoncturelle liée à des modalités politiques. Ainsi, plus le citoyen se sent « dépassé » par le niveau de l'élection concernée et la complexité des enjeux qu'elles traitent (exemple des élections européennes), plus le taux de participation sera faible (élections alors considérées comme étant de « second rang »). De même, la fréquence des élections et leur multiplication (exemple de la Suisse avec de nombreux référendums) « démobilisent » les électeurs. On peut enfin souligner l'intensité de la compétition politique ou encore le mode de scrutin comme déterminants structurels pouvant participer à l'explication des différents niveaux d'abstention.

Les modèles explicatifs de l'orientation électorale

Il semble que différentes variables « lourdes » puissent participer à la compréhension des régularités dans la répartition des suffrages exprimés. La publication de l'ouvrage d'André Siegfried, *Tableau politique de la France de l'Ouest sous la III^{ème} république* (1913), constitue en France le fondement d'une science méthodique et rigoureuse de l'analyse des comportements politiques. En étudiant les résultats électoraux de 14 départements entre 1871 et 1910, André Siegfried va proposer un modèle explicatif multifactoriel de l'orientation électorale. En effet, cette étude fondatrice ne peut se résumer à un aspect uniquement géologique (« *le calcaire vote à gauche et le granit vote à droite* »). Ainsi, la géologie du sol influence l'habitat qui détermine les modalités du régime de propriété, modalités pesant sur l'orientation électorale. Siegfried souligne également le rôle de la structure sociale et de la religion catholique dans la formation des comportements électoraux.

Parallèlement à la tentative d'André Siegfried de poser les premiers éléments d'une science de l'orientation électorale, va se développer aux Etats-Unis, au sein de l'Université de Columbia, un courant de recherches visant à comprendre l'impact de la campagne présidentielle de 1940 sur la décision électorale. L'utilisation de la technique du panel d'interviewés, ces derniers étant régulièrement interrogés sur leurs opinions politiques ou encore leur exposition aux médias, va permettre aux auteurs de montrer que les électeurs ruraux protestants et aisés votent majoritairement pour le candidat républicain tandis que les électeurs urbains, catholiques et socialement défavorisés votent majoritairement pour le candidat démocrate. Ces résultats soulignent ainsi l'influence directe de la religion et de la classe sociale sur l'orientation électorale (« *une personne pense politiquement comme elle est socialement* »⁴).

En étudiant le vote de la classe ouvrière à Stockholm, Herbert Tingsten⁵ (1937) met en évidence une forte corrélation entre le poids sociologique des ouvriers et le vote socialiste. Cet auteur souligne, par ailleurs, l'existence d'un effet de contexte puisque dans les zones à faible densité ouvrière existe un déficit marqué de votes pour les socialistes (inversement existence d'un « survote » en leur faveur dans les zones à forte densité ouvrière). Sans revenir avec Seymour Martin Lipset et Stein Rokkan à la construction des clivages partisans en Europe⁶, il peut être intéressant de mobiliser avec le sociologue américain Robert Alford l'intensité de ce « vote de classe ». En effet, par la construction d'un indicateur assez simple, Alford montre que le vote de classe est plus prononcé en Angleterre sur la période 1936-1962, qu'aux Etats-Unis ou encore au Canada. Dans le cas français, on pourra mobiliser l'étude de Guy Michelat et Michel Simon⁷

³ Daniel Gaxie, *Le Cens caché. Inégalités culturelles et ségrégation démocratique*, 1978.

⁴ Lazarsfeld, Berelson, Gaudet, *The People's Choice. How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign*, 1944.

⁵ Tingsten H., *Political Behaviour*, 1937.

⁶ Seymour M. Lipset et Stein Rokkan, *Party Systems and Voter Alignments : Cross-National Perspectives*, 1967.

⁷ Guy Michelat et Michel Simon, *Classe, religion et comportement politique*, 1977 et des mêmes auteurs, *Les ouvriers et la politique. Permanence, ruptures, réaligement (1962-2002)*, Presses de Sciences Po, 2004.

concernant deux sous cultures politiques antagonistes : celle des catholiques, structurée par la pratique religieuse et celle des ouvriers irréguliers, structurée par les antagonismes de classe.

Cependant, il existerait depuis le début des années 1970 en France comme en Europe et aux Etats-Unis, un déclin du vote de classe, comme le confirme la baisse constante de l'indice d'Alford. Cette évolution peut s'expliquer par un processus de « social-démocratisation » et par l'apparition de nouvelles formations politiques concurrençant les partis politiques existants. Parallèlement, le mouvement de « déconfectionnalisation » et le recul des pratiques religieuses participeraient au déclin du clivage religieux comme élément structurant des orientations électorales.

Il est par ailleurs envisageable de mentionner l'existence d'autres variables pouvant peser sur l'orientation électorale, variables étant actuellement au centre de nombreuses études (notamment au sein du CEVIPOF ou du Centre d'études européennes de Sciences Po) : le secteur d'activité, le patrimoine, l'exclusion sociale, le genre, le capital scolaire, la trajectoire sociale ou encore la génération...

D'un vote sur clivage à un vote sur enjeu ?

Les débats concernant l'influence de différents clivages comme facteurs explicatifs de l'orientation électorale conduisent à interroger un modèle explicatif concurrent, le vote sur enjeu. À la différence du modèle proposé par les chercheurs de l'Université de Michigan⁸, pour lesquels l'« *identification partisane* » (attachement affectif durable à un des deux grands partis de la vie politique américaine, transmis par les parents, entretenu par le milieu social) constitue l'explication pertinente du vote et de l'analyse des discours politiques par les électeurs, le vote sur enjeu est construit à partir du postulat d'un électeur rationnel⁹. Ce dernier opérerait un choix en cherchant simultanément à maximiser les avantages procurés par son vote et à minimiser les coûts occasionnés. La compétition électorale est alors envisagée comme un véritable marché politique au sein duquel se rencontrent une offre et une demande. Les thèmes et enjeux des campagnes électorales deviennent essentiels pour les partis politiques qui cherchent, par leurs programmes respectifs, à séduire le maximum d'électeurs. On peut mentionner les hypothèses fortes (électeur capable de choisir entre plusieurs alternatives et de hiérarchiser ces dernières, choix portant sur l'alternative maximisant son utilité...) au fondement du modèle de l'électeur rationnel. Le vote sur enjeu permet ainsi d'expliquer, par certains aspects, la volatilité électorale, les stratégies des partis politiques dans le cadre des campagnes électorales ou encore le rôle des médias et de la communication politique dans la mise sur l'agenda de certains thèmes.

La campagne électorale peut être entendue comme « *un moment institutionnellement consacré d'une rencontre entre spécialistes et profanes du politique* »¹⁰. Elle permet d'activer et de renforcer les prédispositions politiques des électeurs. À la cristallisation des opinions, elle ajouterait une polarisation croissante entre les partis politiques adverses et un effort de conversion des indécis. Le développement actuel des nouvelles technologies de l'information et de la communication semble transformer durablement la dynamique des campagnes électorales, dynamique qui demeure, par ailleurs, distincte selon les pays, en fonction notamment de l'encadrement juridique mis en place.

Communication politique et influence des médias

On assiste depuis les années 1960 à une véritable professionnalisation de la communication politique. L'objectif de montrer des « *représentations du réel* » est au cœur de cette activité. À cet égard, l'importance du langage mobilisé dans le discours politique est fondamentale dans l'élaboration des enjeux politiques. La communication politique doit ainsi permettre une triple construction : repères identitaires, causalité politique des mécanismes économiques ou sociaux et grilles de lecture interprétatives et analytiques de la réalité désignée. La communication politique constitue finalement un ensemble de stratégies à destination notamment des médias, s'appuyant

⁸ Campbell, Converse, Miller, Stokes, *The American Voter*, 1960.

⁹ Anthony Downs, *An Economic Theory of Democracy*, 1957.

¹⁰ D.Gaxie et P.Lehingue, *Enjeux municipaux*, 1984.

sur un ensemble de techniques (sondages, études d'opinion, séances de « média-training » pour les candidats...).

L'influence des médias sur la vie politique est loin d'être négligeable. Vecteurs de transmission des discours politiques des candidats et des partis, ils participent également à la construction de l'agenda politique¹¹ (exemple du thème de l'insécurité lors de la campagne présidentielle française de 2002). Les médias constituent par ailleurs une véritable instance de socialisation politique pour les électeurs même s'il convient de distinguer, à la suite de Mc Luhan¹² les médias « chauds » (télévision, radio) des médias « froids » (presse). En effet, les premiers semblent disposer d'une véritable capacité d'hypnose des électeurs, capacité attestée par l'intense mobilisation qui en est faite par la propagande des régimes totalitaires. Il semble néanmoins que les électeurs disposent d'une certaine capacité de filtrage de l'information transmise par les médias, capacité soulignée dès les enquêtes menées au milieu du XXème siècle par les chercheurs de l'Université de Columbia.

¹¹ McCombs et M.Shaw, «The Agenda-setting Function of Mass Media », 1972.

¹² Mc Luhan, *La Galaxie Gutenberg*, 1962.

Ressources et activités pédagogiques proposées

Activité 1 : Evolution du poids de la variable « vote de classe »

Finalité : comprendre les facteurs du déclin du « vote de classe ».

Étapes et ressources préconisées :

- A partir de l'ouvrage de Mayer N., Sociologie des comportements politiques, Armand Colin, 2010, présenter aux élèves l'indice d'Alford (p.108) et faire analyser l'évolution de cet indice dans plusieurs pays entre 1945 et 1990, (p.102).
- Faire analyser l'évolution des déterminants du vote ouvrier à partir de la note du CEVIPOF « Le vote des ouvriers, de l'alignement à gauche à une droitisation ? », G. Michelat et M. Simon, janvier 2012.

www.cevipof.com/fichier/p_publication/931/publication_pdf_notemichelat.1.pdf

Activité 2 : Influence de la communication et des médias sur la vie politique

Finalité : comprendre le rôle des campagnes électorales et de la communication politique dans le processus de mise sur l'agenda.

Étapes et ressources préconisées :

- Analyse des différentes phases de campagnes électorales à partir de séquences filmographiques :
 - *Le Président*, Henri Verneuil, 1961.
 - *1974, une partie de campagne*, Raymond Depardon, 2002.
 - *L'exercice de l'Etat*, Pierre Schoeller, 2011.

Bibliographie et sitographie

Bibliographie sélective et commentée à l'usage du professeur

Cohen A., Lacroix B., Riutort P. (sous la direction de), *Nouveau manuel de science politique*, La découverte, 2009.

[En particulier le chapitre VII « *Le phénomène électoral* » et notamment le point 3. Les explications du vote pp.427-443 ; Chapitre X « *Le travail de mise en forme symbolique de la politique* » et notamment 3. Médias et politique pp.588-607.]

Lehingue P. *Le vote. Approches sociologiques de l'institution et des comportements électoraux*, Paris, La Découverte, Grands Repères, 2011. [Chapitre XI : « Vers une individualisation des votes. Le déclin du « vote de classe » », pp.235-263.]

Mayer N., *Sociologie des comportements politiques*, Armand Colin, 2010.

[Présentation complète de l'ensemble des problématiques du thème. On pourra mobiliser avec intérêt les chapitres suivants : chapitre 3 « Les territoires du vote » pp.61-80, chapitre 4 « L'individu électeur » pp.81-106, chapitre 5 « Nouveaux débats » pp.107-136 et « l'influence des campagnes et des médias » pp. 152-169.]

Bibliographie complémentaire

Braconnier C., Dormagen J.Y., *La démocratie de l'abstention. Aux origines de la démobilisation en milieu populaire*, Folio, 2007.

Bréchon P. (dir.), *La France aux urnes*, La Documentation française, 2009.

Cautrès B., Muxel A. (dir.), *Comment les électeurs font-ils leurs choix ?* Presses de Sciences Po, 2009.

Déloye.Y, Ihl O., *L'acte de vote*, Presses de Sciences Po, 2008.

Dossier « Dans la tête de l'électeur », *Sciences humaines* n°236, avril 2012.

La Revue française de science politique publie régulièrement des articles sur ces questions ainsi que des numéros thématiques consacrés aux différentes élections législatives et présidentielles françaises.

Sitographie

Centre de recherches politiques de Sciences Po, www.cevipof.com/ (Notes de recherche concernant de nombreuses études électorales).

Centre d'études européennes, www.cee.sciences-po.fr/

International Institute for Democracy and Electoral Assistance: www.idea.int/vt/index.cfm (Base de données concernant les taux de participation aux différentes élections dans de nombreux pays depuis 1945).

Centre de données sociopolitiques de Sciences Po : cdsp.sciences-po.fr/index.php?idTexte=accueil&lang=FR (Base de données et d'enquêtes électorales).

Un site international très complet : www.politicalresources.net/