



COURS PI

☆ *L'école sur-mesure* ☆

de la Maternelle au Bac, Établissement d'enseignement
privé à distance, déclaré auprès du Rectorat de Paris

**Première - Module 4 - Sciences Politiques : formation
et expression de l'opinion publique**

Sciences Economiques et Sociales

v.5.1



- Guide de méthodologie**
pour appréhender notre pédagogie
- Leçons détaillées**
pour apprendre les notions en jeu
- Exemples et illustrations**
pour comprendre par soi-même
- Prolongement numérique**
pour être acteur et aller + loin
- Exercices d'application**
pour s'entraîner encore et encore
- Corrigés des exercices**
pour vérifier ses acquis

www.cours-pi.com

Paris & Montpellier



EN ROUTE VERS LE BACCALAURÉAT

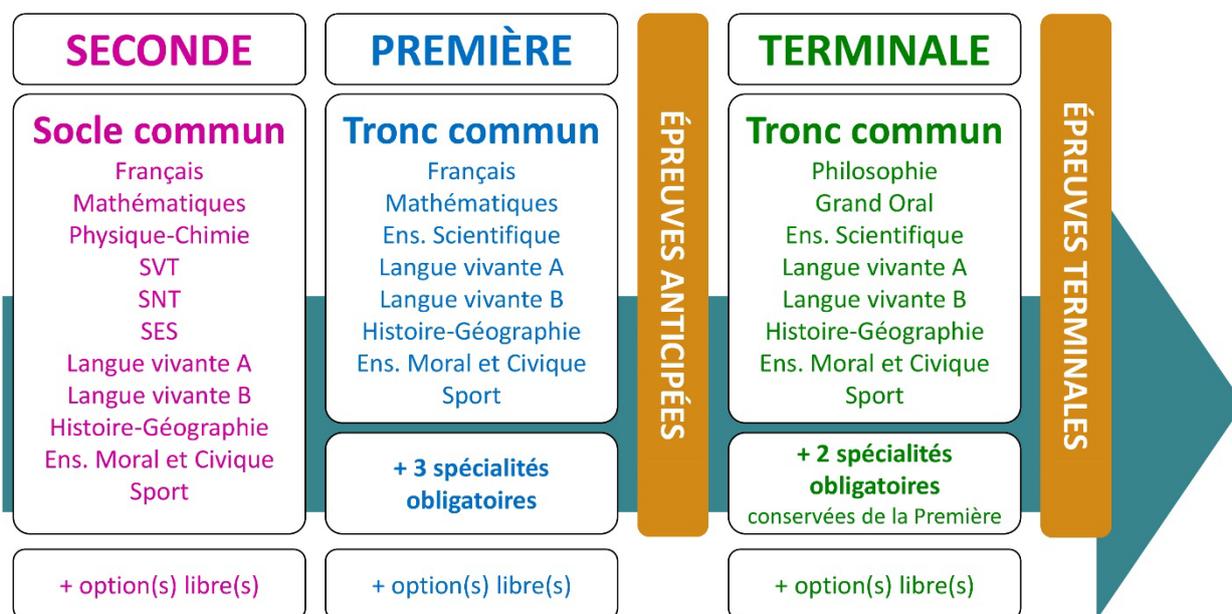
Comme vous le savez, la **réforme du Baccalauréat** est entrée en vigueur progressivement jusqu'à l'année 2021, date de délivrance des premiers diplômes de la nouvelle formule.

Dans le cadre de ce nouveau Baccalauréat, **notre Etablissement**, toujours attentif aux conséquences des réformes pour les élèves, s'est emparé de la question avec force **énergie** et **conviction** pendant plusieurs mois, animé par le souci constant de la réussite de nos lycéens dans leurs apprentissages d'une part, et par la **pérennité** de leur parcours d'autre part. Notre Etablissement a questionné la réforme, mobilisé l'ensemble de son atelier pédagogique, et déployé tout **son savoir-faire** afin de vous proposer un enseignement tourné continuellement vers **l'excellence**, ainsi qu'une scolarité tournée vers la **réussite**.

- Les **Cours Pi** s'engagent pour faire du parcours de chacun de ses élèves un **tremplin vers l'avenir**.
- Les **Cours Pi** s'engagent pour ne pas faire de ce nouveau Bac un diplôme au rabais.
- Les **Cours Pi** vous offrent **écoute** et **conseil** pour coconstruire une **scolarité sur-mesure**.

LE BAC DANS LES GRANDES LIGNES

Ce nouveau Lycée, c'est un enseignement à la carte organisé à partir d'un large tronc commun en classe de Seconde et évoluant vers un parcours des plus spécialisés année après année.



CE QUI A CHANGÉ

- Il n'y a plus de séries à proprement parler.
- Les élèves choisissent des spécialités : trois disciplines en classe de Première ; puis n'en conservent que deux en Terminale.
- Une nouvelle épreuve en fin de Terminale : le Grand Oral.
- Pour les lycéens en présentiel l'examen est un mix de contrôle continu et d'examen final laissant envisager un diplôme à plusieurs vitesses.
- Pour nos élèves, qui passeront les épreuves sur table, le Baccalauréat conserve sa valeur.

CE QUI N'A PAS CHANGÉ

- Le Bac reste un examen accessible aux candidats libres avec examen final.
- Le système actuel de mentions est maintenu.
- Les épreuves anticipées de français, écrit et oral, tout comme celle de spécialité abandonnée se dérouleront comme aujourd'hui en fin de Première.



A l'occasion de la réforme du Lycée, nos manuels ont été retravaillés dans notre atelier pédagogique pour un accompagnement optimal à la compréhension. Sur la base des programmes officiels, nous avons choisi de créer de nombreuses rubriques :

- **Suggestions de lecture** pour s'ouvrir à la découverte de livres de choix sur la matière ou le sujet
- **Réfléchissons ensemble** pour guider l'élève dans la réflexion
- **L'essentiel** pour souligner les points de cours à mémoriser au cours de l'année
- **À vous de jouer** pour mettre en pratique le raisonnement vu dans le cours et s'accaparer les ressorts de l'analyse, de la logique, de l'argumentation, et de la justification
- Et enfin... la rubrique **Les Clés du Bac by Cours Pi** qui vise à vous donner, et ce dès la seconde, toutes les cartes pour réussir votre examen : notions essentielles, méthodologie pas à pas, exercices types et fiches étape de résolution !

SCIENCES ÉCONOMIQUES ET SOCIALES PREMIÈRE

Module 4 – Sciences Politiques : formation et expression de l'opinion publique

L'AUTEUR



Olivier THIERRY

« Enseigner, c'est être coach, tutoriser, tirer le meilleur des élèves, et les accompagner sur le chemin de l'autonomie ». Professeur agrégé, enseignant en lycée et chargé de mission auprès de Sciences Po Paris, ses valeurs pédagogiques sont le positivisme, la bienveillance, l'exigence avec soi et avec les autres, l'efficacité, la franchise et la loyauté. Aujourd'hui papa poule de 4 filles, il a connu plus jeune les problèmes de harcèlement scolaire qu'il a surmontés en se dépassant et qui l'ont rendu attentif aux questions de justice sociale.

PRÉSENTATION

Ce **cours** est divisé en chapitres, chacun comprenant :

- Le **cours**, conforme aux programmes de l'Education Nationale
- Des **exercices d'application et d'entraînement**
- Les **corrigés** de ces exercices
- Des **devoirs** soumis à correction (et **se trouvant hors manuel**). Votre professeur vous renverra le corrigé-type de chaque devoir après correction de ce dernier.

Pour une manipulation plus facile, les corrigés-types des exercices d'application et d'entraînement sont regroupés en fin de manuel.

CONSEILS A L'ÉLÈVE

Vous disposez d'un support de Cours complet : **prenez le temps** de bien le lire, de le comprendre mais surtout de **l'assimiler**. Vous disposez pour cela d'exemples donnés dans le cours et d'exercices types corrigés. Vous pouvez rester un peu plus longtemps sur une unité mais travaillez régulièrement.

LES DEVOIRS

Les devoirs constituent le moyen d'évaluer l'acquisition de **vos savoirs** (« Ai-je assimilé les notions correspondantes ? ») et de **vos savoir-faire** (« Est-ce que je sais expliquer, justifier, conclure ? »).

Placés à des endroits clés des apprentissages, ils permettent la vérification de la bonne assimilation des enseignements.

Aux *Cours Pi*, vous serez accompagnés par un **professeur selon chaque matière** tout au long de votre année d'étude. Référez-vous à votre « Carnet de Route » pour l'identifier et découvrir son parcours.

Avant de vous lancer dans un devoir, assurez-vous d'avoir **bien compris les consignes**.

Si vous repérez des difficultés lors de sa réalisation, n'hésitez pas à le mettre de côté et à revenir sur les leçons posant problème. **Le devoir n'est pas un examen**, il a pour objectif de s'assurer que, même quelques jours ou semaines après son étude, une notion est toujours comprise.

Aux Cours Pi, chaque élève travaille à son rythme, parce que chaque élève est différent et que ce mode d'enseignement permet le « sur-mesure ».

Nous vous engageons à respecter le moment indiqué pour faire les devoirs. Vous les identifierez par le bandeau suivant :



Vous pouvez maintenant
faire et envoyer le **devoir n°1**



Il est **important de tenir compte des remarques, appréciations et conseils du professeur-correcteur**. Pour cela, il est **très important d'envoyer les devoirs au fur et à mesure** et non groupés. **C'est ainsi que vous progresserez !**

Donc, dès qu'un devoir est rédigé, envoyez-le aux *Cours Pi* par le biais que vous avez choisi :

- 1) Par **soumission en ligne** via votre espace personnel sur **PoulPi**, pour un envoi **gratuit, sécurisé** et plus **rapide**.
- 2) Par **voie postale** à *Cours Pi*, 9 rue Rebuffy, 34 000 Montpellier
*Vous prendrez alors soin de joindre une **grande enveloppe libellée à vos nom et adresse**, et **affranchie au tarif en vigueur** pour qu'il vous soit retourné par votre professeur*

N.B. : *quel que soit le mode d'envoi choisi, vous veillerez à **toujours joindre l'énoncé du devoir** ; plusieurs énoncés étant disponibles pour le même devoir.*

N.B. : *si vous avez opté pour un envoi par voie postale et que vous avez à disposition un scanner, nous vous engageons à conserver une copie numérique du devoir envoyé. Les pertes de courrier par la Poste française sont très rares, mais sont toujours source de grand mécontentement pour l'élève voulant constater les fruits de son travail.*

SOUTIEN ET DISPONIBILITÉ

VOTRE RESPONSABLE PÉDAGOGIQUE

Professeur des écoles, professeur de français, professeur de maths, professeur de langues : notre Direction Pédagogique est constituée de spécialistes capables de dissiper toute incompréhension.

Au-delà de cet accompagnement ponctuel, notre Etablissement a positionné ses Responsables pédagogiques comme des « super profs » capables de co-construire avec vous une scolarité sur-mesure.

En somme, le Responsable pédagogique est votre premier point de contact identifié, à même de vous guider et de répondre à vos différents questionnements.

Votre Responsable pédagogique est la personne en charge du suivi de la scolarité des élèves.

Il est tout naturellement votre premier référent : une question, un doute, une incompréhension ? Votre Responsable pédagogique est là pour vous écouter et vous orienter. Autant que nécessaire et sans aucun surcoût.

QUAND
PUIS-JE
LE
JOINDRE ?

Du **lundi** au **vendredi** : horaires disponibles sur votre carnet de route et sur PoulPi.

QUEL
EST
SON
RÔLE ?

Orienter les parents et les élèves.

Proposer la mise en place d'un accompagnement individualisé de l'élève.

Faire évoluer les outils pédagogiques.

Encadrer et **coordonner** les différents professeurs.

VOS PROFESSEURS CORRECTEURS

Notre Etablissement a choisi de s'entourer de professeurs diplômés et expérimentés, parce qu'eux seuls ont une parfaite connaissance de ce qu'est un élève et parce qu'eux seuls maîtrisent les attendus de leur discipline. En lien direct avec votre Responsable pédagogique, ils prendront en compte les spécificités de l'élève dans leur correction. Volontairement bienveillants, leur correction sera néanmoins juste, pour mieux progresser.

QUAND
PUIS-JE
LE
JOINDRE ?

Une question sur sa correction ?

- faites un mail ou téléphonez à votre correcteur et demandez-lui d'être recontacté en lui laissant **un message avec votre nom, celui de votre enfant et votre numéro.**
- autrement pour une réponse en temps réel, appelez votre Responsable pédagogique.

LE BUREAU DE LA SCOLARITÉ

Placé sous la direction d'Elena COZZANI, le Bureau de la Scolarité vous orientera et vous guidera dans vos démarches administratives. En connaissance parfaite du fonctionnement de l'Etablissement, ces référents administratifs sauront solutionner vos problématiques et, au besoin, vous rediriger vers le bon interlocuteur.

QUAND
PUIS-JE
LE
JOINDRE ?

Du **lundi** au **vendredi** : horaires disponibles sur votre carnet de route et sur PoulPi.

04.67.34.03.00

scolarite@cours-pi.com



LE SOMMAIRE

Sciences Economiques et Sociales – Module 4 – Sciences Politiques : formation et expression
de l'opinion publique

Les Clés du Bac..... 1

Focus sur les épreuves du Bac 1

Notions clés 5

CHAPITRE 1. Comment se forme et s'exprime l'opinion publique ?..... 7

1. L'opinion publique est l'expression de l'avis d'une majorité 8

Les Clés du Bac 13

Les Clés du Bac 22

2. Les sondages modifient l'exercice de la démocratie et de la vie politique 26

Les Clés du Bac 37

CHAPITRE 2. Voter, une affaire individuelle ou collective ? 43

1. La participation et l'abstention électorales présentent des enjeux 44

Les Clés du Bac 55

2. Le vote est une expression citoyenne qui peut évoluer 60

Les Clés du Bac 69





FOCUS SUR LES ÉPREUVES DU BAC

Avant de nous lancer à la découverte de cette belle et passionnante discipline, nous vous proposons de nous projeter, déjà, sur le contenu des épreuves qui seront les vôtres en fin de Première ou en fin de Terminale, selon vos choix de spécialité.

Pourquoi si tôt ?

Parce que l'orientation retenue par notre Etablissement pour ses classes de Lycée repose sur l'idée de vous mettre le plus tôt possible en pleine connaissance de vos objectifs. Pour mieux réussir.

Bien entendu, à ce stade, il n'est nullement question que vous les décortiquiez ou que vous appreniez par cœur leur contenu : retenez de la lecture des prochaines pages que **l'objectif est de vous proposer une vision générale de vos objectifs, de vous faire cerner le cadre dans lequel vous allez évoluer.**

Bien entendu, chaque type d'épreuve sera décortiquée au fil des différents modules, notamment via « **les Clés du Bac** ». De nouvelles lectures de cette présentation, au fil de vos apprentissages, pourront s'avérer judicieuses. Pour mieux vous situer, **matérialiser votre progression** et **vous conforter dans vos acquis**.

C'est parti ? Allons-y !

L'épreuve de fin de première, pour ceux choisissant de ne pas poursuivre cette discipline en Terminale, se compose de 2 parties : « mobilisation de connaissances et traitement de l'information » et « raisonnement appuyé sur un dossier documentaire ».

Nous nous exercerons au fil des différents modules.

Pour plus de simplicité, nous les nommerons dorénavant : « **épreuve de mobilisation de connaissances** » et « **épreuve de raisonnement** ».

Nous travaillerons également la technique de la dissertation, en prévision de l'épreuve de Terminale.

Détaillons maintenant les types d'exercice auxquels vous pourrez être confrontés dans chacune des 2 parties susmentionnées.

Première partie (mobilisation de connaissances et traitement de l'information) - 10 points

Cet exercice pourra être de deux natures : il prendra soit la forme d'une résolution d'un problème par la construction d'un graphique, sans formalisation mathématique, soit celle d'une analyse d'un document en répondant à deux ou trois questions. Détaillons-les et analysons-les !

a) Résolution d'un problème par la construction d'un graphique, sans formalisation mathématique



Éléments-clés

- comprendre le sens de la question
- identifier
- faire appel à la bonne représentation graphique
- construire la représentation graphique attendue
- utiliser des couleurs pour en distinguer les éléments
- préciser les éléments : unités, nom des courbes...
- si besoin, indiquer des données chiffrées
- soigner le travail : propreté, clarté
- mettre en valeur le mécanisme ou la logique correspondant
- faire appel si besoin à des définitions des notions-clefs



Démarche de la construction graphique

- a) **comprendre** les attentes : lire et saisir la question, la consigne, réfléchir à quoi va servir le graphique
- b) **choisir** la bonne représentation graphique
- c) **construire** le graphique
- d) **rédigé** en traduisant le graphique, c'est-à-dire en décrivant le mécanisme ou la logique



Ne pas...

- redonner tout son cours [hors-sujet]
- se tromper de graphique
- faire plein de calculs
- s'abstenir de commenter

b) Analyser un document en répondant à deux ou trois questions



Éléments-clés

- identifier la nature du document (type de graphique) et sa source (auteur, ouvrage, date)
- identifier le champ d'étude (objet et cadre), spatio-temporel, ses unités
- comprendre le document : son titre, ses composantes, le sens des données
- analyser les questions : leur sens, la consigne (animée par un verbe qui répond à des attentes précises), leur finalité
- mobiliser ses connaissances : notions-clefs, faits, mécanismes, logiques
- collecter les informations exploitables du document en sélectionnant et hiérarchisant les données chiffrées
- rédiger des phrases claires, précises, complètes, dans l'esprit de la question
- faire appel à un vocabulaire adapté (notions-clefs, termes techniques) et défini
- utiliser des outils mathématiques (% de répartition, écarts absolus, écarts relatifs, coefficient multiplicateur, % de variation)



Démarche de la réponse à une question de cours

Question de cours [QC] : porte sur des connaissances personnelles, des définitions, la distinction de deux indicateurs

OU

Question explicative [QE] : on demande d'expliquer un fait ou un phénomène]

- a) **comprendre** les attentes : lire et saisir la question, la consigne, lire le document pour s'imprégner de son contenu et voir où on veut en venir
- b) **mobiliser** les connaissances de cours : notions-clefs, mécanismes, logiques, en diversifiant les éléments de réponse [plusieurs dynamiques et ou plusieurs caractéristiques et/ou plusieurs effets et/ou plusieurs causes]
- c) **rédigé** la réponse à la question



Démarche de la réponse à une question d'étude de document

Question descriptive [QD] : consiste à donner les caractéristiques, à mettre en valeur des traits marquants, une évolution

OU

Question mesure [QM] : suppose de faire appel à des outils mathématiques ou statistiques pour évaluer un montant, une évolution, des écarts entre des variables, pour comparer]

- a) **comprendre** les attentes : lire et saisir la question, la consigne, le document
- b) **sélectionner** les informations fournies par le document
- c) **mobiliser** les connaissances de cours
- d) **utiliser** les outils mathématiques adaptés, en les diversifiant
- e) **rédigé** la réponse à la question



Démarche de la réponse à une question sur les chiffres

- a) **comprendre** les attentes : lire et saisir la question, la consigne, le document
- b) **sélectionner** les données chiffrées dans le document : souvent les extrêmes et la moyenne ; situer l'objet d'étude (un pays, une catégorie sociale...) en le comparant avec les autres éléments ; ne conserver qu'un chiffre sur 7 environ (15 % ; 2-3 pour une vingtaine, 7-8 pour une cinquantaine)
- c) **utiliser** les outils mathématiques adaptés, en les diversifiant [% de répartition, écart absolu, écart relatif, coefficient multiplicateur, % de variation]
- d) **rédigé** la réponse à la question



Ne pas...

- redonner tout son cours [hors-sujet]
- répondre à une autre question [hors-sujet]
- recopier sans parenthèses les expressions de l'auteur [plagiat]
- traduire mot à mot et dans l'ordre les phrases d'auteur à l'aide de synonymes [paraphrase]
- s'abstenir d'utiliser des données chiffrées
- utiliser trop de données chiffrées

Seconde partie (raisonnement appuyé sur un dossier documentaire) - 10 points



Éléments-clés pour organiser en une page un raisonnement organisé

- comme pour la dissertation, il s'agit de choisir une problématique et d'articuler des idées centrales argumentées et structurées, à partir de documents et de connaissances de cours
- il faut ainsi rédiger des paragraphes reliés de façon logique en répondant avec rigueur à la question du sujet
- choisir la bonne stratégie : comprendre le sens et l'objectif de la question, choisir une problématique adéquate, choisir une articulation de 2 à 3 idées centrales
- exemples de structure (= plan) : description, effets et/ou causes ; effets négatifs, effets positifs ; niveau micro, niveau macro ; points de convergence, points de divergence...
- faire le tour de la question à partir des documents et des connaissances de cours
- rédiger une mini introduction : accroche, traduction du sujet-problématique, annonce de la structure



Démarche lors du travail préalable (brouillon)

- a) **comprendre** les attentes : lire et saisir la question à reformuler, la consigne, les documents
- b) **réfléchir** à la façon dont on peut répondre et organiser les 2 ou 3 idées-clefs qu'il faudra relier
- c) **sélectionner** les informations issues des documents permettant de répondre à la problématique
- d) **compléter** ces idées en énumérant en plus des connaissances de cours



Démarche lors du travail au propre

- a) **Argumenter**
 - b) **Expliquer**
 - c) **Illustrer**
- OU
- a) **Décrire**
 - b) **Illustrer**
 - c) **Expliquer**



Ne pas...

- a) Dépasser la longueur attendue
- b) Faire une trop mini dissertation
- c) Donner trop d'éléments de cours
- d) Se limiter aux seuls documents
- e) N'exploiter qu'un document



Epreuve de mobilisation
de connaissances

A) je réponds aux questions en mobilisant les connaissances acquises dans le cadre du programme :

- ✓ je fournis des informations précises et pertinentes
- ✓ je réponds en faisant le tour de la question
- ✓ je maîtrise des notions-clefs (définition, compréhension et utilisation)

B) j'adopte une démarche méthodologique rigoureuse de collecte et d'exploitation de données quantitatives :

- ✓ je choisis des chiffres-clefs
- ✓ je calcule des écarts
- ✓ j'utilise des données pour la description et/ou l'explication

C) le cas échéant, je fais appel à des résolutions graphiques :

- ✓ je comprends les graphiques
- ✓ je construis des graphiques
- ✓ j'utilise des graphiques pour l'explication



Epreuve de
raisonnement

A) je traite le sujet en développant un raisonnement de l'ordre d'une page :

- ✓ je choisis la problématique et j'adopte une bonne stratégie
- ✓ j'articule de façon logique des idées-centrales argumentées
- ✓ je respecte la forme : introduction, conclusion, paragraphes distincts et reliés

B) j'exploite les documents du dossier :

- ✓ je comprends des documents
- ✓ je sélectionne des informations-clefs
- ✓ j'argumente à l'aide des informations sélectionnées

C) je mobilise les connaissances personnelles :

- ✓ je fais appel à des notions-clefs définies
- ✓ j'utilise des mécanismes ou logiques
- ✓ je fournis une étude complète



Chapitre 1

démocratie représentative	mode de fonctionnement d'une vie politique fondée sur l'élection de représentants du peuple
démocratie d'opinion	expression spontanée du peuple dans les médias, alternative à la démocratie représentative
effet <i>bandwagon</i>	effet d'un sondage qui dynamise un candidat bien placé
effet <i>underdog</i>	effet d'un sondage qui remobilise des électeurs autour d'un candidat mal placé
méthode aléatoire (échantillon)	technique de sondage qui consiste à choisir au hasard des personnes à interroger
méthode des quotas (échantillon)	technique de sondage qui consiste à n'interroger que des personnes qui sont représentatives de la structure sociale de la population à étudier
opinion publique	concept ambigu qui désigne ce qu'une majorité est censée penser
sondage d'opinion	enquête qui consiste à choisir un échantillon de personnes pour leur poser des questions pour cerner une opinion publique

Chapitre 2

clivage Gauche/Droite	opposition de valeurs entre les deux camps qui crée des positionnements différents sur l'échiquier politique
identification politique/partisane	sentiment affectif d'appartenance d'un individu ou d'un groupe social à un parti
taux d'abstention	pourcentage d'électeurs inscrits qui ne vont pas voter (abstentionnistes/inscrits)
taux de participation électorale	pourcentage d'électeurs qui vont voter (votes/inscrits)
taux d'inscription sur les listes électorales	pourcentage d'électeurs dans la population susceptible de voter (inscrits/population en âge et en droit de voter)
variables lourdes du comportement	facteurs permanents du comportement électoral de l'individu
volatilité électorale	instabilité de l'électeur (changement de choix de parti)
vote blanc	choix d'un bulletin blanc ou d'une enveloppe vide
vote nul	choix d'un bulletin modifié par l'électeur
vote sur enjeux	élection par un électeur rationnel d'une élection particulière par intérêt personnel

COMMENT SE FORME ET S'EXPRIME L'OPINION PUBLIQUE ?



À en croire beaucoup de manifestants (gilets jaunes, anti réforme de la retraite, défenseurs du climat...) les responsables politiques n'écourent pas assez le peuple.

Pourtant, paradoxalement, il n'y a jamais eu autant de sondages portant sur l'opinion publique : cela signifie-t-il que celle-ci est mal appréhendée ? Il serait intéressant de savoir en quoi consiste l'opinion publique, ses liens avec les sondages, les limites du sondage d'opinion, l'effet des sondages sur la Démocratie et sur la vie politique... Appréhender l'opinion publique permettra de se demander si, comme le suggère Pierre Bourdieu, elle existe vraiment. Après avoir montré comment l'opinion publique apparaît comme l'avis de la majorité, nous montrerons en quoi les sondages d'opinion modifient l'exercice de la démocratie et de la vie politique.

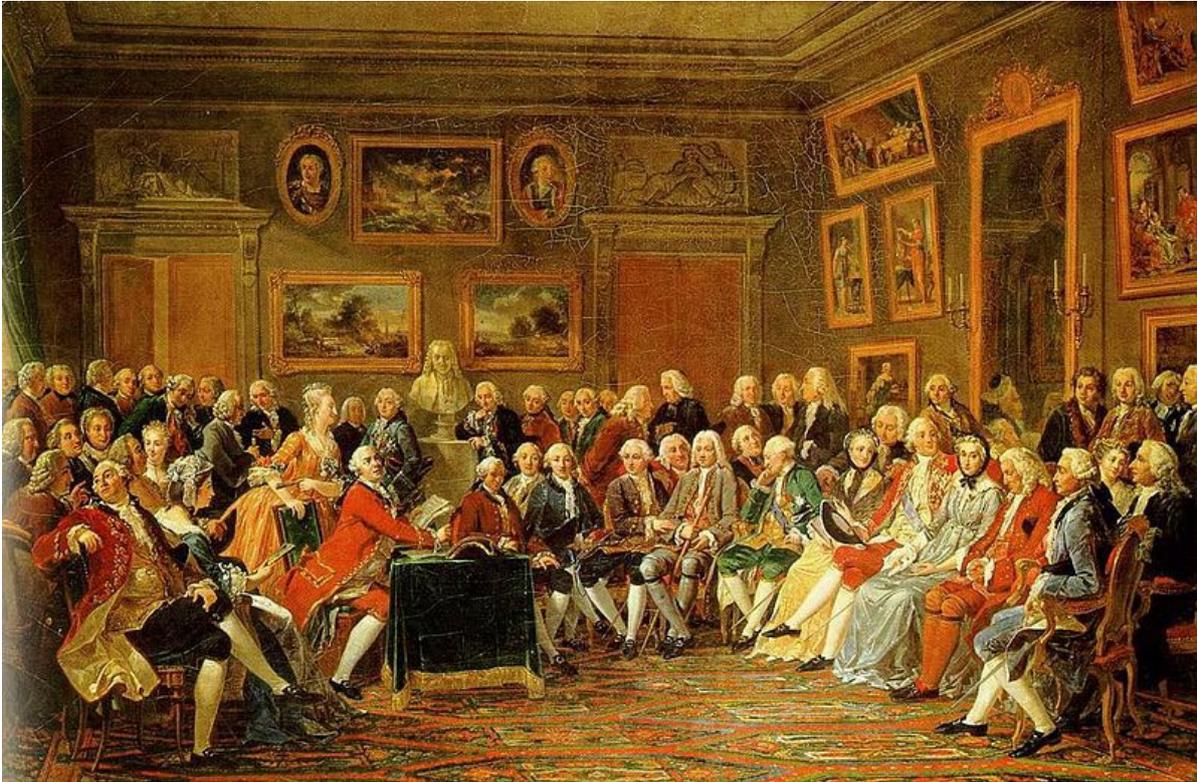
OBJECTIFS

- Comprendre le sens, l'évolution et les limites de l'opinion publique.
- Réfléchir au degré de pertinence du sondage comme outil d'expression de l'opinion.
- Se demander si la Démocratie d'opinion n'a pas tendance à remplacer la Démocratie représentative.



RÉFLÉCHISSONS ENSEMBLE

A partir du tableau historique proposé que vous avez vu en cours d'histoire de seconde, ou à partir de vos recherches, répondez aux questions suivantes.



Lecture de la tragédie "L'orphelin de la Chine" de Voltaire dans le salon de Madame Geoffrin par Anicet Charles Gabriel Lemonnier.

a) En quoi consiste la scène peinte sur ce tableau ?

.....

.....

.....

.....

b) Quels personnages peut-on identifier ?

.....

.....

.....

.....

c) En quoi ce type de salons pouvaient-ils incarner l'opinion publique ?

a) En quoi consiste la scène peinte sur ce tableau ?

Au sein d'un manoir ou d'un château, de nombreuses personnes appartenant à une catégorie aisée écoute la lecture d'une œuvre de philosophe.

b) Quels personnages peut-on identifier ?

L'hôtesse, Madame Geoffrin (femme d'un patron), Mademoiselle de Lespinasse, le comte de Buffon (G. L. Leclerc), Le prince de Conti, le baron de Montesquieu, L. Turgot, F. Quesnay, J.-P. Rameau et au centre des philosophes des Lumières : Voltaire, D'Alembert, Diderot, Rousseau...

Bref : des nobles, des politiciens et des intellectuels ou musiciens.

c) En quoi ce type de salons pouvaient-ils incarner l'opinion publique ?

L'expression des avis ne se faisait pas dans la rue, mais par des écrits (la presse écrite n'existe pas vraiment), réservés à ceux qui savaient lire, et dans les lieux privés. Les personnes instruites découvraient, échangeaient et critiquaient... l'actualité des événements et la politique.

L'ÉVOLUTION DE L'OPINION PUBLIQUE

1. En quoi le débat public était-il autrefois réservé à une élite ?

[...] Quels sont les groupes porteurs de l'opinion publique ? À cette question, que le siècle [le XVIII^{ème}] lui-même s'est posée, la réponse la plus courante est d'attacher l'existence de l'opinion publique à celle des gens de lettres, à la transformation de leurs objectifs (le désir d'instruire a supplanté chez eux le désir de plaire), à leur rôle désormais reconnu d'arbitrage. Hommes de lettres désignés, il est vrai, par des hommes de lettres, dont le narcissisme se lit donc ici à plein : ils s'enchantent d'imaginer la spécialisation de leur petite troupe détachée des fébrilités et des nécessités de l'action, toute entière occupée à constituer une opinion publique éclairée, rêve dont témoigne toute la littérature académique des discours et des éloges. [...]

Mons Ozouf, Le concept d'opinion publique au XVIII^{ème} siècle, Gallimard, 1997

Quels rôles ont eu les salons au XVIII^{ème} siècle ?

- Au XVIII^{ème} siècle, les cours royales donnent l'occasion de concentrer des acteurs-clefs de la vie intellectuelle : littérature, philosophie, politique, musique...
- La diffusion d'ouvrages de réflexion sur le pouvoir et la discussion sur des événements dans la nation et dans d'autres pays fait prendre conscience de la nécessité de modifier la société et le pouvoir
- Avoir un avis a longtemps été considéré comme la prérogative de l'homme instruit : détenir des connaissances, c'est avoir un pouvoir sur le réel, en le comprenant mieux, à l'instar des philosophes des Lumières qui dénoncent, imaginent et agissent

Comment naît l'opinion publique ?

- Les salons privés, à l'abri de certains dirigeants au service du roi et de son régime autoritaire, permettent de délier la parole
- L'esprit critique qui s'y pratique est partagé : des consciences collectives naissent et se diffusent
- L'opinion publique s'affirme face à l'absolutisme royal : penser, c'est être (Descartes) ; contester, c'est exister
- Elle désigne alors une minorité critique

- Les philosophes des Lumières inspirent grandement les acteurs politiques qui initient les mouvements révolutionnaires qui renversent la royauté

La séparation des pouvoirs concerne trois fonctions gouvernementales. Montesquieu distingue ainsi la fonction d'édition des règles générales, ou fonction législative ; la fonction d'exécution de ces règles, ou fonction exécutive ; enfin, la fonction de règlement des litiges, ou fonction juridictionnelle. Constant que, dans la monarchie absolue, ces trois pouvoirs sont le plus souvent confondus et détenus par une seule et même personne, le philosophe plaide pour que chacun soit exercé par un organe distinct, totalement indépendant, à la fois par son mode de désignation et par son fonctionnement. « *Les princes qui ont voulu se rendre despotiques ont toujours commencé par réunir en leur personne toutes les magistratures, et plusieurs rois d'Europe toutes les grandes charges de leur État* » (De l'Esprit des lois). Chacun des trois organes représenterait alors un pouvoir précis : le pouvoir législatif s'exprime par des assemblées représentatives, le pouvoir exécutif est exercé par le chef de l'État et par les membres du Gouvernement, le pouvoir judiciaire, enfin, revient aux juges et aux magistrats. Selon Montesquieu, c'est le régime de l'Angleterre de son époque qui se rapprochait le plus de cette organisation idéale. En revanche, la réunion de tous les pouvoirs était incarnée dans l'« affreux despotisme » des Turcs, où le Sultan possédait toutes les fonctions. [...]

Romain Teffel, *La séparation des pouvoirs selon Montesquieu*,
<https://1000-idees-de-culture-generale.fr/separation-des-pouvoirs-montesquieu/>

En quoi la théorie des trois pouvoirs de Montesquieu contribue-t-elle à l'opinion publique ?

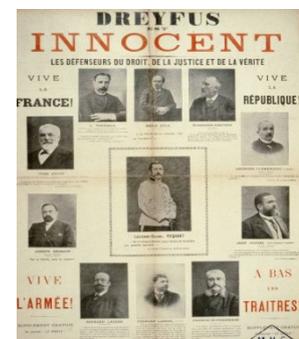
- Dans son ouvrage De l'Esprit des lois, Montesquieu met en valeur la nature et la fonction de trois pouvoirs distincts
- Le pouvoir législatif sert à discuter et à voter des lois ("fonction législative"), au sein d'assemblées de représentants du peuple
- Le pouvoir législatif est donc du ressort des élus
- Le pouvoir exécutif sert à appliquer les lois et à mettre en place des mesures ("fonction exécutive"), au sein d'institutions de gouvernance (État, Gouvernement)
- Le pouvoir exécutif est donc du ressort des chefs d'État et de Gouvernement
- Le pouvoir judiciaire sert à assurer une Justice en gérant le non-respect des lois ("fonction juridictionnelle"), au sein de tribunaux
- Le pouvoir judiciaire est donc du ressort des juges et magistrats
- L'auteur montre que l'une des conditions d'existence d'une Démocratie est la séparation de ces pouvoirs, modèle dont se rapproche le plus, à l'époque, le régime anglais
- L'auteur distingue ainsi Démocratie et autoritarisme (critique du pouvoir turc de l'époque)
- Cette conception marque les esprits encore aujourd'hui, la séparation des pouvoirs étant revendiquée dans beaucoup de sociétés : elle fait partie des éléments du débat public

2. En quoi les citoyens se sont-ils emparés de l'opinion publique ?

Comment l'affaire Dreyfus symbolise-t-il l'émergence d'une opinion publique populaire ?



Événement fondateur pour toute une mythologie politique française, l'affaire Dreyfus constitue aussi l'un des premiers cas de transformation d'une affaire en "cause" à travers la mobilisation de l'opinion publique en dehors des cadres de la représentation politique officielle. À ce titre, elle a servi d'expérience de laboratoire pour toute une série d'innovations qui caractérisent la vie démocratique au XX^{ème} siècle : manifestation et meetings interclassistes transposant les méthodes de la lutte ouvrière à des domaines nouveaux, pétitions de masse dans les journaux, utilisation massive des quotidiens, non seulement d'opinions, comme autrefois, mais aussi populaires, constitution de groupes de pression nés de la cause elle-même qui forment parfois l'embryon de partis modernes, etc.

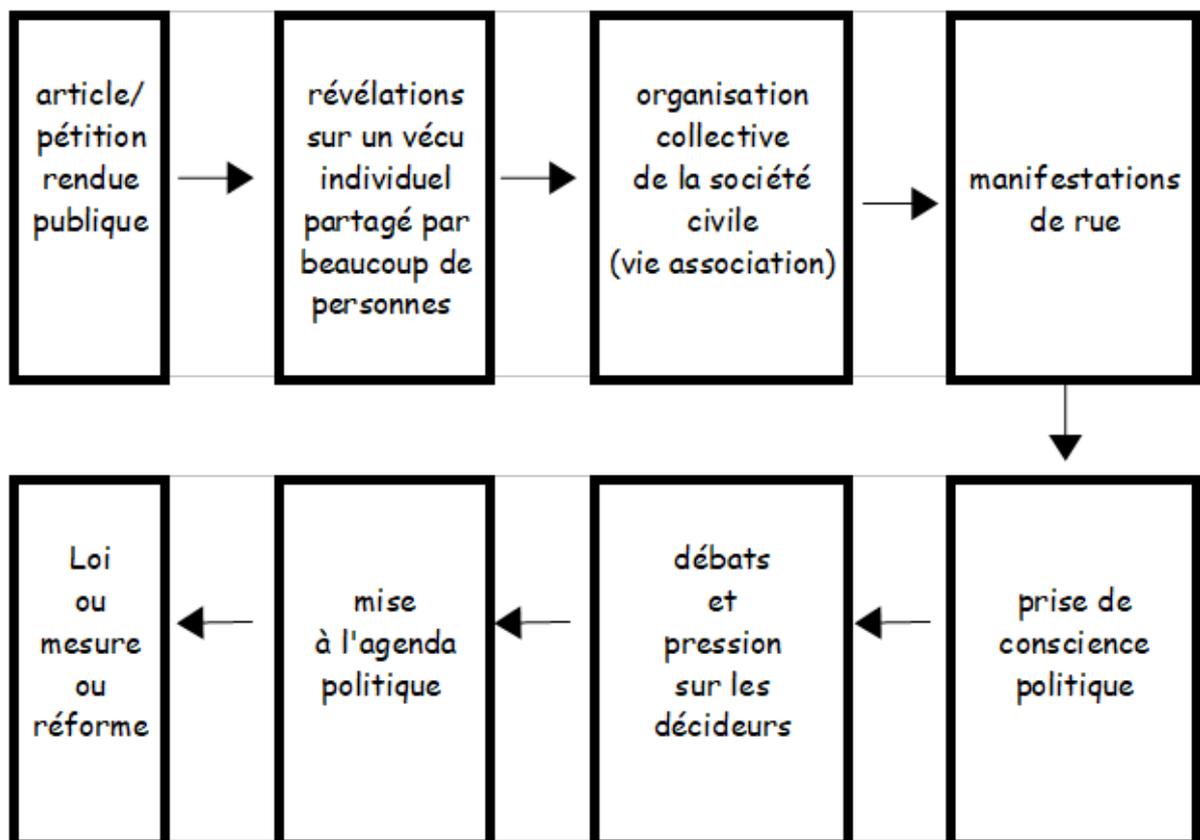


Christophe Charles, *Naissance d'une cause. Politix, revue des sciences sociales du politique, De Boeck Supérieur, 1991*

- L'essor de la presse au XIX^{ème} siècle s'est accompagné de la dénonciation de scandales
- L'affaire Dreyfus, par exemple, passe pour accompagner l'émergence d'une opinion publique populaire
- Donner son avis (pour la condamnation ou pour la défense de Dreyfus) sur cette affaire est une façon de participer à l'actualité, donc à la société
- La société et le pouvoir découvrent que le peuple peut avoir un avis, qu'il faut savoir transmettre aux gouvernants
- La classe ouvrière découvre de nouvelles façons de diffuser des idées : manifestations de rue, rassemblements, pétitions...
- Elle se rend compte qu'elle peut s'exprimer et exercer une certaine influence, en tant que groupe de pression
- L'expression d'une opinion publique qui oppose deux perceptions et la mobilisation via les journaux et les actions citoyennes contribuent à faire émerger des causes sociales
- Elle a duré 12 ans et opposé "dreyfusards" (les partisans de son innocence) et "antidreyfusards" (les partisans de sa culpabilité, voire d'un racisme anti juifs), avant de se traduire en erreur judiciaire

Comment une affaire individuelle peut-elle devenir une cause qui fait appel à l'opinion publique ?

- L'opinion publique peut « booster » dans certains cas une cause individuelle partagée par une multitude de personnes
- Voici une représentation possible du long processus de prise en compte par les pouvoirs publics de problèmes vécus par des individus ou des catégories sociales :



- Dans beaucoup de situations, les individus se retrouvent seuls face à leurs soucis
- Il est en effet difficile de faire connaître son problème à une majorité de personnes
- L'un des moyens efficaces est de faire appel aux médias : un témoignage auprès d'un(e) journaliste ou sur Internet, un article, une pétition
- Écrire des articles, faire appel aux journalistes, signer des pétitions, manifester dans la rue sont des façons de mobiliser autour de soi, de partager son vécu, de dénoncer un scandale, de ne pas se sentir seul, de gagner des soutiens
- Le fait d'en parler autour de soi et dans les médias permet de prendre conscience qu'il faut s'organiser, le plus souvent à l'aide d'associations, qui peuvent par exemple organiser des manifestations de rue
- La manifestation de rue sert à faire adhérer à sa cause l'opinion publique et exercer une pression sur

- les décideurs, donc sur le pouvoir politique pour que des mesures soient prises
- Beaucoup de personnes sont sensibles aux malheurs d'autrui, aux inégalités, à l'injustice, et peuvent se mobiliser par solidarité
 - La réaction de médias, d'associations, de citoyens, suscite des débats qui sont source d'expression d'une opinion publique lorsqu'une affaire est médiatisée
 - Des partis politiques peuvent s'emparer du débat et réclamer eux-mêmes des solutions
 - Lorsque le pouvoir politique est convaincu de la pertinence de la cause à défendre, cela peut donner lieu à la conception et au vote d'une Loi et/ou à la mise en place de mesures et/ou de politiques à destination du public concerné
 - Les exemples concrets sont nombreux : citons l'article du « Manifeste des 343 » du 5 avril 1971, écrit par Simone de Beauvoir, qui fait connaître au grand public le nom de 343 personnalités qui reconnaissent avoir déjà avorté (acte assimilé à l'époque comme un crime) et suscite de vifs débats médiatiques, jusqu'au vote de la Loi Veil du 17 janvier 1975 qui légalise l'Interruption volontaire de grossesse en France
 - Si l'on prend l'exemple de #MeToo, du maltraitement de personnels domestiques ou du suicide sur le lieu de travail, on retrouve des cheminements proches ou semblables

Comment la Démocratie représentative s'est-elle approprié l'opinion publique ?

- La Démocratie représentative s'est appropriée les débats et l'opinion publique, en particulier avec le parlementarisme des XIX^{ème} et début XX^{ème} siècles : ce sont les élus qui contribuent largement à discuter des lois et des politiques nationales et de la politique étrangère, même si le peuple se fait entendre
- On retrouve comme au XVIII^{ème} siècle, le fait que seuls les élus, les professionnels de la politique, les instruits, animent l'actualité, au nom du peuple ; ils décident alors eux aussi de ce qui doit être discuté, mais sont de plus en plus obligés de partager l'intérêt pour l'actualité avec le peuple, les partis, les syndicats (depuis 1894), les associations (depuis 1901) et les mouvements contestataires

Comment a évolué l'expression populaire forgeant l'opinion publique ?

- Tandis que la classe ouvrière s'organise et obtient certains avantages (fin de l'interdiction des coalitions 1864 (annonciation du droit de grève de 1946), droit de se syndiquer en 1884), c'est surtout au moment du Front populaire que les manifestations et les grèves font l'actualité
- En France, les contextes mouvementés (contestations sociales, scandales, guerres) inspirent Jean Stoetzel qui crée en 1938 le premier institut de sondages : l'IFOP, l'Institut Français d'Opinion Publique ; le premier thème en sera : "Faut-il mourir pour Dantzig ?", mais la censure va interdire un temps les sondages
- Quant aux femmes, jusqu'à leur droit de vote (1945), elles ont du mal à se faire entendre ; soit elles ne s'intéressent pas à la politique, soit elles y sont sensibilisées par leur appartenance à la classe ouvrière en éveil, soit elles sont influencées par leur mari
- C'est surtout avec et à partir de Mai 68 que l'expression d'opinion publique prend tout son sens : elle devient l'expression de l'avis d'une société sur des faits de société, des événements nationaux et internationaux, des droits revendiqués par les femmes ou des minorités
- Les mouvements sociaux vont faire perdre à la Démocratie représentative son monopole : le citoyen prend la parole et les médias, diversifiés, lui demandent son avis !
- Aujourd'hui, parfois des mouvements sociaux indépendants des partis et associations (les indignés, les gilets jaunes...) rappellent aux politiques que les citoyens ont droit de prendre la parole
- L'opinion publique va alors désigner l'expression d'un grand nombre de citoyens qui traitent des sujets qui les intéressent et pas forcément traités dans l'actualité : emploi, pauvreté, climat...
- Les médias apparaissent comme le reflet de préoccupations citoyennes et d'actions associatives, notamment dans la défense de causes
- Aujourd'hui, nous sommes inondés de sondages, y compris en matière commerciale, si bien que l'on parle de Démocratie d'opinion, avec ses avantages et ses inconvénients, voire dangers...



L'ESSENTIEL

La politique a longtemps été perçue comme le domaine réservé à une élite instruite, "éclairée", qui détenait alors un monopole.

La Démocratie représentative en a été l'expression, avec le parlementarisme, jusqu'à ce que le peuple s'empare également des questions politiques.

L'opinion publique est ensuite devenue l'expression de l'avis du plus grand nombre, en influençant le pouvoir public dans ses décisions et en redéfinissant le rôle du citoyen.

L'avis du citoyen compte davantage qu'autrefois, les individus et les corps intermédiaires s'étant emparés du débat public.

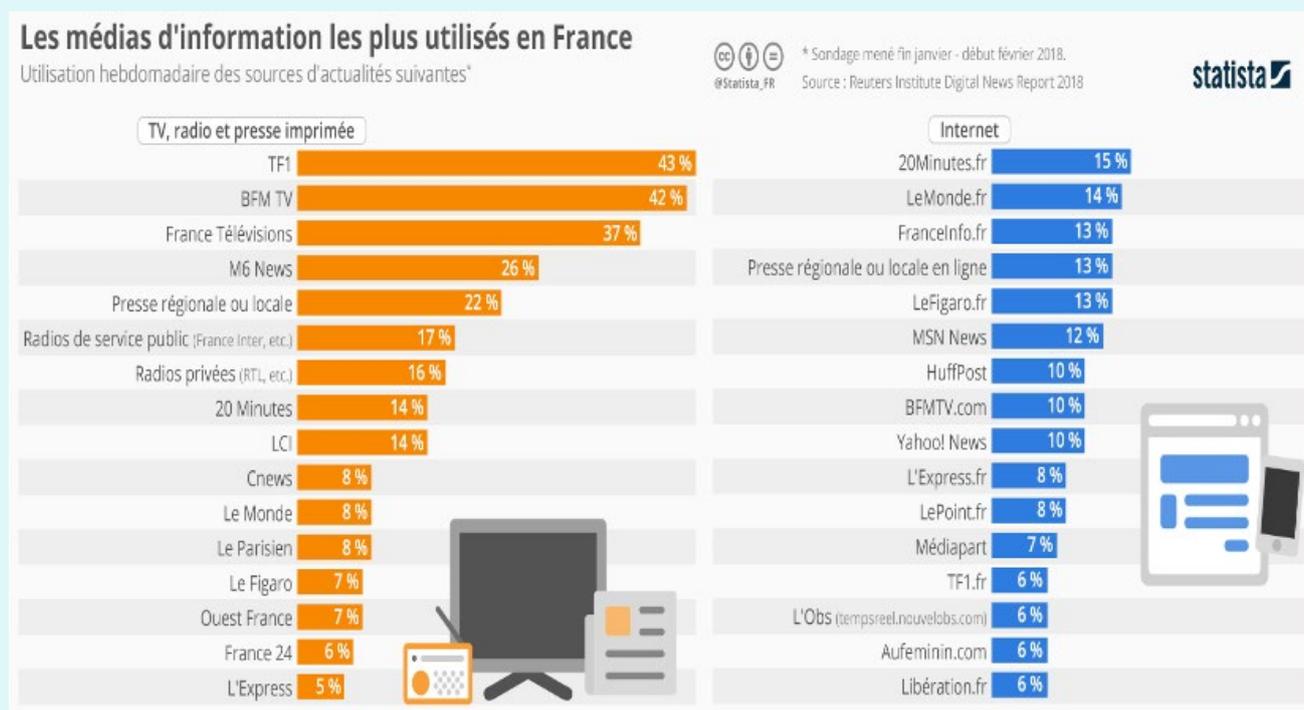
Les médias apparaissent comme des vecteurs d'information, des animateurs de la vie politique et donnent l'occasion de mobiliser des citoyens qui deviennent acteurs de la Démocratie, qu'il s'agisse du plus grand nombre ou de minorités agissantes.



LES MÉDIAS D'INFORMATION

Voici un sujet de Spécialité 1 : "Mobilisation de connaissances et traitement de l'information"
Quel rôle la famille joue-t-elle en matière de réussite scolaire ?

Document : les médias d'information les plus utilisés en France



CORRECTION

a) Quels sont les principaux médias et leur importance relative ? Comparer les chiffres.

Les trois chaînes TV les plus regardées sont TF1 et BFMTV à égalité (42-43 %) et France Télévisions (37 %). Les premiers journaux de la presse régionale ou locale n'arrivent que bien derrière (22 %) et les radios publiques et privées sont à égalité (16-17 %).

Sur Internet, si 20Minutes.fr est premier (15 %), les écarts sont moins importants entre les sources d'information.

On constate en tout cas qu'il y a bien une diversité des médias et de leur sensibilité.

b) Quel est l'intérêt de savoir quels sont les principaux médias de TV, radio et imprimés, et sur Internet à propos de l'opinion publique ? Réfléchir à la façon dont est véhiculée l'opinion publique.

L'opinion publique s'exprime aujourd'hui dans les médias, dans la mesure où certaines enquêtes se font l'écho de l'avis de (supposée) majorité.

On n'est au courant de ce que pensent les citoyens que lorsque ceux-ci s'expriment publiquement.

c) Comment le suivi des informations est-il une condition nécessaire à l'existence d'une opinion publique ?

Repérer l'enjeu du suivi de l'actualité

C'est difficile d'avoir un avis sans rien connaître d'un sujet. On entend beaucoup de critiques sur les médias et les informations, mais tout le monde les suit ou en parle.

Les actualités sont riches de faits, d'événements et de témoignages qui suscitent des émotions : des avis, des réactions...

Les personnes ont des affinités, partagent des valeurs, des perceptions du réel. Même si l'opinion publique ne correspond pas à la somme des opinions individuelles, elle en constitue l'une des conditions. Cependant, beaucoup de personnes se rallient à des avis majoritaires : cela peut rassurer de faire partie (ou avoir l'impression de faire partie) d'un groupe important. Des mécanismes et logiques : les effets de socialisation, l'identification au parent qui a réussi, pressions sociétales.

Initialement réservée à une élite instruite en cercles plutôt fermés, l'opinion publique est devenue l'expression d'élus... puis du peuple. L'opinion publique s'est démocratisée en portant sur des questions de société qui ont intéressé le peuple d'électeurs et les médias. Mais à condition que l'opinion publique existe bel et bien...

LE RÔLE CENTRAL DES MÉDIAS DANS L'EXPRESSION POPULAIRE



1. Comment se construisent les sondages ?

Qu'est-ce qu'un sondage ?

- Un sondage est un outil statistique qui consiste à poser des questions sur l'actualité à un échantillon de citoyens (supposé représentatif), afin d'en repérer les avis et de dégager une majorité d'opinion
- L'unité est le % (probabilité) et porte sur des pratiques ou des intentions (projets)
- Il est commandé par un institut spécialisé et commandé par des médias, des politiciens, des entreprises... auprès d'un institut spécialisé

Quelles sont les principales étapes de conception d'un sondage d'opinion ?

- Étape 1 : définir les objectifs du sondage
- Étape 2 : définir les questions et le format des réponses
- Étape 3 : déterminer la cible du sondage
- Étape 4 : choisir le jour et l'heure de diffusion
- Étape 5 : optimiser la compréhension du sondage
- Étape 6 : sélectionner les canaux de distribution
- Étape 7 : analyser les résultats

Sarah Foress, 7 étapes pour créer le parfait sondage, Growth Marketing, www.markentive.com

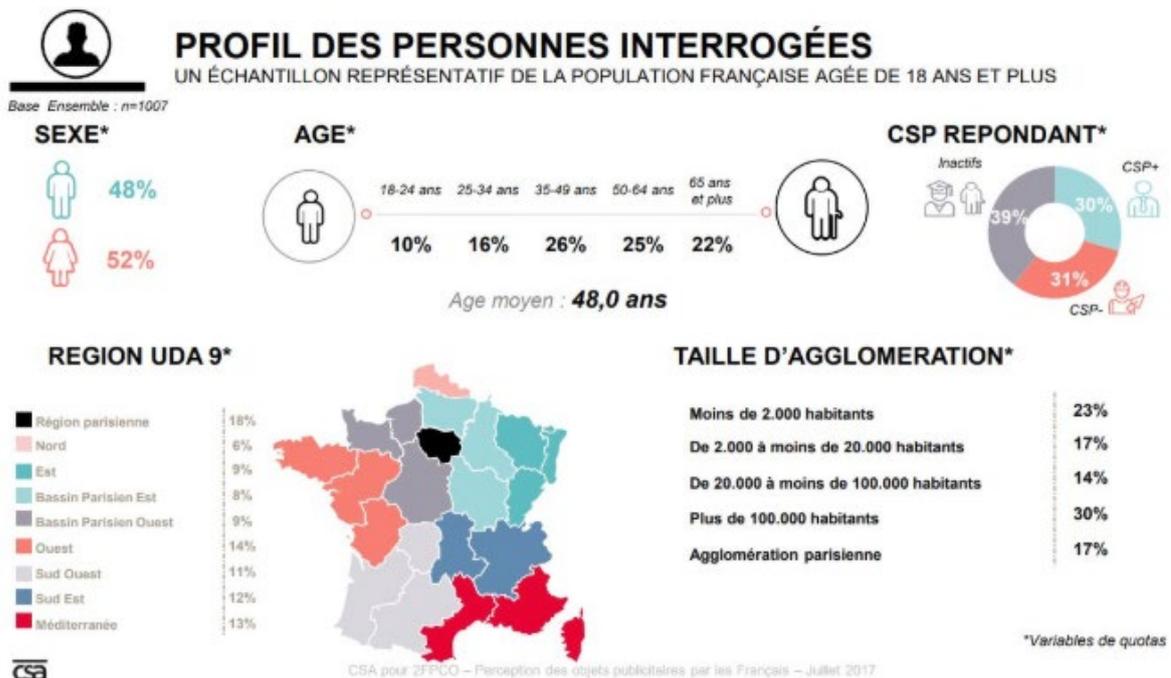
- Cette présentation des étapes de construction d'un sondage a le mérite de distinguer des tâches complémentaires avec des missions qui s'attachent à la fois à la forme et au fond
- Déjà, un sondage a une utilité (« objectifs ») : il sert une cause, il est commandé par un média ou un responsable, il peut conduire à prendre des décisions...
- En effet, le journal Le Figaro va commander un sondage sur les questions de sécurité, L'Humanité sur le soutien du peuple à la contestation de la réforme de la retraite...
- La forme (ouverte ou fermée avec des réponses proposées) et le contenu des questions vont orienter les réponses (libres ou cadrées)
- Le choix du public qui va profiter des résultats du sondage va faire choisir un échantillon pertinent de ceux qui vont les représenter (« cible du sondage »)
- Un sondage n'est pas publié à n'importe quel moment : pour être efficace, il suppose d'apparaître le premier dans les médias, juste avant ou après un événement, lorsque le contexte est favorable pour qu'il soit audible
- Les questions et les réponses proposées ne doivent pas être trop compliquées que les sondés n'aient pas l'impression de ne pas être compétent pour y répondre (« compréhension du sondage »)
- La diffusion du sondage peut se faire dans le support du commanditaire, sur Internet
- L'interprétation des résultats du sondage présente un enjeu particulier (« analyser les résultats ») : ne pas se tromper sur l'opinion qu'il est censé refléter, ne pas lui donner un sens différent de l'esprit des sondés

Quel est l'enjeu du choix d'échantillon ?

- Il n'est pas possible d'interroger 67 millions d'habitants... il faut donc sélectionner une petite partie de la population à étudier pour analyser son objet d'étude
- Le choix de population est important, dans la mesure où il faut être le plus proche de la réalité
- En effet, le risque encouru d'un mauvais choix d'échantillon (structure, taille) est de ne pas refléter ce que pense la majorité de la population
- Il existe de nombreuses techniques de choix d'échantillon, chacun ayant ses avantages et ses inconvénients
- Les deux techniques les plus utilisées sont la méthode des quotas (la plus utilisée par les instituts de sondage) et la méthode aléatoire simple

Qu'est-ce que la méthode des quotas ?

- La méthode des quotas (échantillon appelé proportionnel ou homothétique) doit partir de la composition de la population totale à étudier (population mère), en fonction de critères particuliers... Par exemple, le genre, l'âge, la catégorie socioprofessionnelle, la région, la taille de la ville...



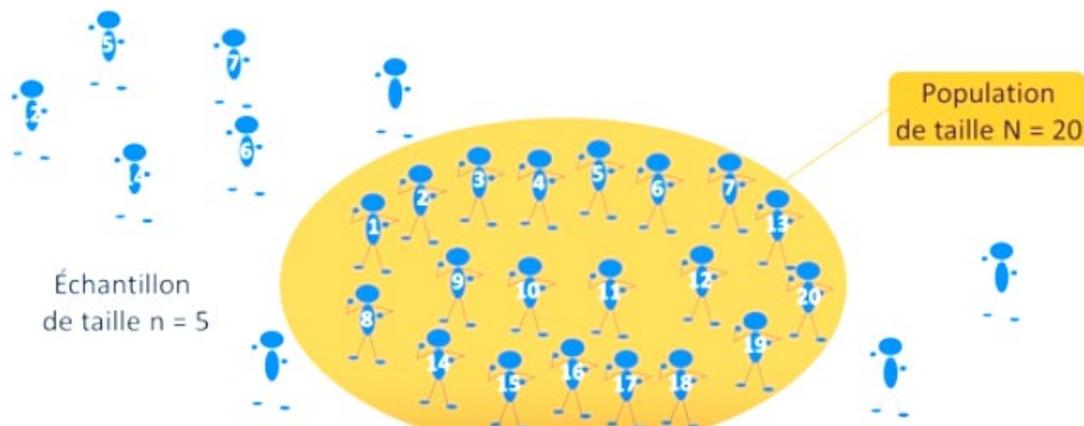
- Il s'agit de concevoir un échantillon axé sur la représentativité, à partir des effectifs fournis par l'INSEE et du calcul de proportions (52 % de femmes, 10 % de 18-24 ans, 30 % de CSP-...)
- Cette méthode suppose que les personnes pensent de la même manière lorsqu'elles ont la même caractéristique
- Les avantages principaux de la méthode des quotas sont la simplicité, le fait d'être moins coûteux que la méthode aléatoire et de pouvoir remplacer une personne par une autre ayant les mêmes caractéristiques
- Ses inconvénients principaux sont de trouver les personnes qui correspondent bien aux critères recherchés et présentes au moment du passage de l'enquêteur (sinon les résultats sont biaisés) et de rendre plus difficile l'appel aux marges d'erreur

Qu'est-ce que la méthode aléatoire simple ?

- La méthode aléatoire consiste à interroger une partie de la population mère sans sélectionner au préalable les caractéristiques de celle-ci

Illustration de l'échantillonnage aléatoire simple

Échantillon sélectionné : unités statistiques portant les numéros 12, 7, 5, 14 et 6.



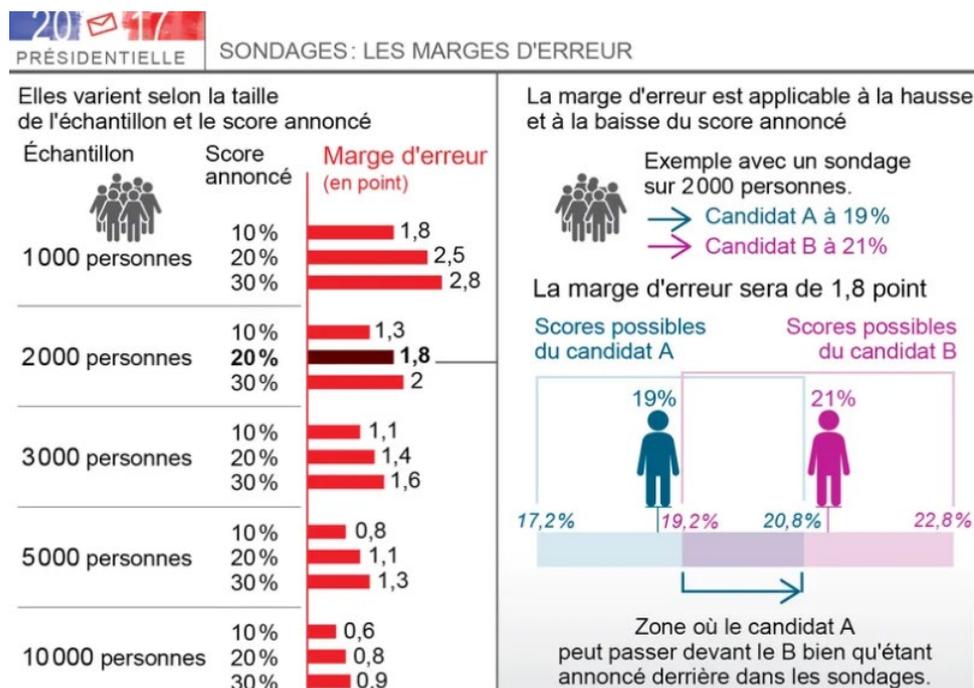
- L'échantillonnage probabiliste repose sur le principe de la randomisation (c'est une sélection au hasard ou aléatoire) ou la chance
- La version simple évite de devoir choisir des sous-populations (strates) par exemple
- Ses principaux avantages sont la possibilité de faire appel aux probabilités, à pouvoir estimer l'erreur d'échantillonnage, d'obtenir des estimations fiables...
- Parmi ses inconvénients, il faut citer la complexité du travail, le temps que prend l'enquête donc son coût élevé et le traitement de données difficiles à corriger

Quelles autres méthodes d'échantillonnage sont disponibles ?

- Les statisticiens ont inventé toutes sortes de techniques que le candidat au Bac n'a pas besoin de connaître. Citons par exemple l'échantillonnage :
 - systématique
 - avec probabilité proportionnelle à la taille
 - stratifié
 - en grappes
 - à plusieurs degrés
 - à plusieurs phases

2. En quoi la construction du sondage fait-il l'objet de critiques ?

Pourquoi les chiffres des sondages sont-ils incertains ?



- Le choix d'échantillon est souvent critiqué : pas assez grand (il faut au moins 2 000 sondés pour avoir un sens), pas assez représentatif de l'avis de la majorité...
- Les résultats font l'objet d'un traitement, de modifications (les chiffres sont "redressés", ils sont lissés pour donner de la cohérence au sondage, ce qui éloigne les réponses brutes du bilan final)
- Les sondeurs sont souvent obligés d'établir des marges d'erreur, c'est-à-dire quelques points de pourcentage qui ajoutent à l'incertitude des résultats
- Parfois, le candidat "perdant" peut basculer dans le succès !

Quelles sont les principales limites des sondages ?



- "Les sondages se trompent !" : les résultats d'une élection peuvent surprendre lorsque les sondages ne prédisent pas le vainqueur...
- Plusieurs explications de ce paradoxe peuvent éclaircir notre esprit : sondage mal conçu, questions mal formulées, échantillon mal choisi... mais cela peut aussi être dû au fait que des sondés ne disent pas vraiment ce qu'ils pensent (honte ?), beaucoup d'électeurs sont volatiles (ils changer d'avis) et les sondages peuvent avoir l'effet de démobiliser des électeurs qui pensent que leur camp a gagné d'avance ce qui peut faire gagner le camp adverse !
- En France, l'interdiction de réaliser des sondages deux semaines avant une élection empêche de mesurer la température au moment du vote ou juste avant
- Il faut dire que le sondage n'est qu'une photographie à un moment donné, ce, alors que la réalité est en perpétuel mouvement
- Une intention de vote n'est pas un vote
- À l'inverse, un sondage peut renforcer une tendance ; par exemple, ceux qui hésitent à voter Le Pen peuvent être confortés dans leur choix si beaucoup font pareil (contexte de dédramatisation de l'extrême-droite)
- Les sondages n'expriment l'avis que de ceux qui acceptent de répondre alors qu'ils peuvent aller voter
- Les sondages faits sur Internet sont particulièrement critiqués : il existe une "fracture numérique" (inégalités d'accès et de pratique) et ce sont les catégories qui ont le plus de temps et/ou d'instruction et/ou ont le plus de conscience et de culture politiques qui s'impliquent dans les questionnaires
- Les sondeurs sous-estiment les comportements "contrariants" : des électeurs votent pour le perdant dans un sondage

- Le choix du thème du sondage est souvent orienté idéologiquement et dépend étroitement de celui qui en fait la commande
- Le sondage peut alors apparaître comme une façon de rassurer un lecteur dans le choix de son média
- Le choix du thème, le choix des questions et le caractère discutables des réponses proposées confirment la subjectivité d'un outil qui peut servir à renforcer l'avis qu'il faut avoir ; il y a alors manipulation...
- Certains sondages servent à légitimer le pouvoir politique, pour justifier de la pertinence de mesures gouvernementales
- Les "sans opinion" sont ambigus : le sondé n'a-t-il pas d'avis ? a-t-il du mal à comprendre la question ? est-il fatigué de répondre à des questions ?

Quels problèmes posent les questions ?

- Les questions fermées (on nous impose des réponses à cocher) ont l'intérêt de faire gagner du temps et de permettre de comptabiliser les réponses, mais ont l'inconvénient de ne pas laisser de choix au sondé, de l'enfermer dans des réponses pas forcément convaincantes (on choisit la moins éloignée de ce que l'on pense vraiment), de l'empêcher d'apporter des nuances et de témoigner d'un vécu personnel
- À l'inverse, les questions ouvertes (on nous laisse libre de répondre en quelques mots ou quelques phrases ce que l'on veut) sont davantage le reflet de l'avis du sondé, de fournir au sondeur des nuances, voire une vision critique du sondage ou de certaines questions ; elles occupent cependant plus de temps les sondeurs au dépouillage des réponses (donc sont plus coûteuses) et rendent plus difficile la rédaction du compte-rendu
- La formulation des questions peut conditionner la réponse : on ne peut répondre que oui ou non à certaines d'entre elles, et un oui ou un non peuvent avoir des sens différents

Votez - Soutenez-vous les grévistes qui protestent contre la réforme des retraites proposée par le gouvernement ?



Que signifie "soutenir les grévistes" ?

- être gréviste et dans l'action ?
- non gréviste mais d'accord pour la poursuite de la grève ?
- donner de l'argent aux caisses de solidarité ?

Ne peut-on pas être contre la réforme et penser qu'il faut d'autres moyens d'action que la grève pour la combattre ?

Ne peut-on pas répondre "non" par intérêt personnel en raison de la gêne occasionnée et contre la réforme ?

Pourquoi Bourdieu conteste-t-il l'opinion publique ?

- Selon Pierre Bourdieu, "*l'opinion publique n'existe pas*" !

Le sondage d'opinion est, dans l'état actuel, un instrument d'action politique ; sa fonction la plus importante consiste peut-être à imposer l'illusion qu'il existe une opinion publique comme sommation purement additive d'opinions individuelles ; à imposer l'idée qu'il existe quelque chose qui serait comme la moyenne des opinions ou l'opinion moyenne. L'« opinion publique » qui est manifestée dans les premières pages de journaux sous la forme de pourcentages (60 % des Français sont favorables à ...), cette opinion publique est un artefact* pur et simple dont la fonction est de dissimuler que l'état de l'opinion à un moment donné du temps est un système de forces, de tensions et qu'il n'est rien de plus inadéquat pour représenter l'état de l'opinion qu'un pourcentage.

*artefact : production artificielle modifiant un phénomène naturel

P. Bourdieu, *L'opinion publique n'existe pas*, Questions de sociologie, Les Éditions de Minuit

- La formulation des questions peut conditionner la réponse : on ne peut répondre que oui ou non à certaines d'entre elles, et un oui ou un non peuvent avoir des sens différents
- L'unicité de l'opinion publique donne l'illusion qu'il n'y a qu'un avis possible et que la société est homogène (pas d'inégalités, pas d'oppositions d'arguments) et cohérente (elle va dans le même sens, la majorité domine et a raison)
- On fait croire que les questions politiques sont à la portée de tous, alors qu'elles supposent un certain degré d'instruction et de culture politique
- Le citoyen ne peut qu'être favorable ou défavorable : on ne lui demande pas un avis fondé, argumenté et nuancé
- On néglige les non-réponses
- L'opinion publique donne l'illusion d'être la somme d'opinions individuelles, "*la moyenne des opinions ou l'opinion moyenne*"
- La majorité a forcément raison
- Les thèmes proposés sont "*subordonnés à des intérêts politiques*"
- L'opinion publique donne souvent l'impression que les rapports de force et les tensions n'existent pas, alors que les thèmes et les réponses aux sondages dépendent de l'appartenance de classe (les ouvriers sont plus autoritaires et moins féministes que les professions libérales par exemple)
- Bref : l'expression "opinion publique" n'a pas beaucoup de sens !



L'ESSENTIEL

Outil médiatique et médiatisé, le sondage est devenu incontournable, en tant que vecteur d'une opinion publique qui s'impose.

Sa construction se réalise par étapes et le choix de l'échantillon et des questions sont fondamentaux, dans la mesure où il a une implication sur les résultats.

Il faut dire que les sondages font l'objet de critiques (choix des thèmes, des questions, de l'échantillon...) et les résultats des votes contredisent certains résultats, ce qui crée la surprise.

POUR ALLER PLUS LOIN

The screenshot shows the website interface for 'SES' (Sciences Économiques et Sociales). The logo 'SES' is prominently displayed in the top left corner. Below it, a navigation menu includes links for 'ACCUEIL', 'ACTUALITÉS', 'RESSOURCES', 'THÈMES SCIENTIFIQUES', 'ENSEIGNER', 'NOUS SUIVRE', and 'À PROPOS'. A search bar with the text 'Recherche' and a magnifying glass icon is located in the top right. A large QR code is positioned on the right side of the page, intended for mobile access to the resources.

Plongez-vous dans l'article intitulé **Connaître et mesurer l'opinion publique : utilité et limites des sondages** à lire sur l'excellent site **ses.ens-lyon.fr** consacré aux sciences économiques et sociales

A lire ici : <http://ses.ens-lyon.fr/articles/connaître-et-mesurer-l-opinion-publique-utilite-et-limites-des-sondages>



LES SONDAGES



Voici un sujet de Spécialité 2 ou Raisonement appuyé sur un dossier documentaire.
Faut-il croire aux sondages ?

Document 1 : extraits d'entretiens avec trois élèves de milieux populaires en réussite scolaire.

[...] Les sondages prétendent offrir une connaissance fiable et scientifiquement élaborée des désirs, des craintes et des croyances de la population, et ainsi donner un visage concret au principe de la volonté populaire. La disponibilité d'informations précises ne garantit de toute évidence en aucun cas que les gouvernements tiendront compte des opinions de la population. Pourtant un grand nombre de spécialistes et de praticiens de la recherche par sondage a toujours cru qu'une représentation plus exacte des opinions du peuple pourrait au moins accroître les chances que les politiques des gouvernements soient fondées sur l'opinion et répondent à celle-ci.

Malheureusement, les sondages font plus que mesurer et enregistrer les manifestations naturelles ou spontanées des vues du peuple. Les résultats livrés par les sondages sont en effet le produit d'une interaction entre l'opinion et l'instrument d'enquête. En même temps qu'ils la mesurent, les sondages interagissent avec l'opinion, produisant des changements dans la nature et l'identité des idées qui trouvent une expression publique. Les changements induits par les sondages ont en retour de profondes implications sur la relation entre l'opinion publique et le gouvernement. Avant tout, l'activité de sondage a contribué à domestiquer l'opinion en aidant à transformer une force politiquement puissante et souvent perturbatrice en phénomène plus maîtrisable, d'ordre plébiscitaire. [...]

Benjamin Ginsberg, La transformation de l'opinion publique par les sondages, Les Essentiels d'Hermès, CNRS Éditions

Document 2 :



Un dessin signé Na !

CORRECTION

a) Trouvez une problématique pertinente. L'objectif ici est de décortiquer et traduire l'intitulé du sujet, choisir un angle de réflexion pour la problématique.

- *faut-il : doit-on*
- *croire : avoir confiance, éprouver comme vrai*
- *aux sondages : les outils de mesure de l'opinion publique*

b) Mettez en valeur les idées clefs des documents permettant de répondre à la problématique. L'objectif ici est d'identifier de 2 à 4 idées, si possible traduites pour éviter le plagiat ou la paraphrase.

Doc 1

- **Info 1 :** le sondage passe pour un outil scientifique en lequel on peut avoir confiance (« *connaissance fiable et scientifiquement élaborée* »)
- **Info 2 :** le sondage est censé refléter les émotions des électeurs (« *désirs* », « *craintes* », « *croyances* »)
- **Info 3 :** le sondage est l'expression de « *la volonté populaire* »
- **Info 4 :** ce n'est pas parce que le gouvernement est mieux informé sur l'état d'esprit de la population qu'il en tient plus compte
- **Info 5 :** les résultats d'un sondage sont liés à une combinaison opinion et instrument d'enquête
- **Info 6 :** le sondage interagit avec l'opinion, dont les idées peuvent évoluer en fonction du sondage
- **Info 7 :** l'interaction opinion/sondage modifie la relation entre le citoyen et le gouvernement
- **Info 8 :** le sondage est utilisé par le pouvoir politique pour calmer le peuple (« *transformer une force... ordre plébiscitaire* »)

Doc 2

- **Info 9 :** le dessin de presse traite du manque de confiance en les sondages (titre)
- **Info 10 :** le sondage sert pour les élections
- **Info 11 :** les sondages sont assimilés à une boule de cristal dans laquelle une voyante doit prédire l'avenir
- **Info 12 :** la fonction prédictive des sondages est ridiculisée
- **Info 13 :** on croirait aux sondages comme on croit à la boule de cristal

c) Quelles connaissances personnelles pouvez-vous ajouter aux informations recueillies ? L'objectif ici est d'exploiter les éléments du cours : définitions, mécanismes, idées

- Des définitions : sondage d'opinion, opinion publique
- Des mécanismes et logiques : la fonction d'expression de l'opinion publique par le sondage
- Souligner les incertitudes qui pèsent sur le sondage
- Insister sur les critiques adressés aux sondages

d) Quel plan pouvez-vous proposer ? L'objectif ici est de construire un plan ; technique au choix, situer à quels endroits on place les idées des documents.

Pour une Spécialité 2 :

- A)** Les sondages sont utiles en mesurant l'opinion publique (cours + infos 1 à 8 ; 10)
- B)** Des critiques des sondages portent sur la difficulté d'appréhender une opinion qui est fluctuante (cours + infos 4 à 7 ; 9 à 12)
- C)** D'autres critiques portent sur les techniques et sur leur utilisation (cours + 7-8)

Pour une dissertation :

- I.** Les sondages doivent refléter une opinion qui est insaisissable
 - A) les sondages sont beaucoup utilisés pour exprimer une opinion publique (cours + infos 1 à 3 ; 10)
 - B) l'opinion publique n'existe pas mais les sondages font croire le contraire (cours + infos 1 à 8)
- II.** Leur rôle prédictif n'est pas toujours bien joué et les sondages ont d'autres limites
 - A) la confiance est assimilée à une croyance (cours + infos 9 ; 11 à 13)
 - B) les techniques du sondage et l'interprétation des résultats posent problème (cours)

L'actualité suscite des émotions et des avis populaires que le sondage tente d'appréhender. Dans un sondage, il s'agit de mesurer des réponses à des questions, afin de dégager une perception d'un problème de société et d'en fournir une interprétation. L'outil statistique agit à la fois sur la dynamique démocratique et sur la vie politique.



COMMENT SE FORME ET S'EXPRIME L'OPINION PUBLIQUE ?

Les sondages modifient l'exercice de la démocratie et de la vie politique

LE SONDAGE REFLÈTE ET À UNE FORTE INFLUENCE SUR LA DÉMOCRATIE

1. Comment le sondage est-il l'expression d'un état d'esprit à un moment donné ?



Qu'est-ce qui est commun à ces mouvements sociaux ?

- Nous avons affaire à des causes sociales populaires : les gilets jaunes, l'opposition au projet de réforme de la retraite et la marche pour le climat
- Les acteurs partagent des valeurs et des émotions (indignation, colère), ils contestent les décisions ou l'absence de réaction des dirigeants, ils tentent de susciter le soutien de la (des) société(s) ou au moins une majorité
- Chaque mouvement social fait l'objet de nombreux sondages d'opinion, ceux qui les commandent s'interrogeant sur le degré de soutien de la majorité
- Le sondage d'opinion devient alors un outil de rapport de force politique entre un gouvernement qui va dire « l'opinion publique nous soutient pour la mise en place de la réforme par points ») et l'opposition qui va dire « l'opinion publique soutient la contestation d'une réforme injuste »)

Quelle opposition d'intérêts chacun de ces mouvements sociaux fait du sondage un enjeu de rapport de force ?

- Gilets jaunes : misère dénoncée accentuée par les politiques dites « libérales » /décisions gouvernementales
- Réforme de la retraite : contestation d'une réforme qui fait perdre quelques confort à certaines catégories sociales et ouvre la voie à un risque de capitalisation/projet de réforme de la retraite par points pour tous
- Marche pour le climat : dénonciation de l'inaction gouvernementale et internationale face au dérèglement causé par l'Homme sur le climat/intérêt des Firmes multinationale et des entreprises qui vivent de la croissance productiviste

Quels rôles joue l'École ?

- Le soutien populaire à une cause peut donner à ses défenseurs une légitimité et un élan importants
- C'est le cas des domaines de la Santé (lutte contre des maladies, soutien aux malades, besoins de financements...) ou caritatif (logement, alimentaire...)
- On fait en effet appel aux émotions des sondés et à l'esprit de solidarité
- La médiatisation d'une cause présente un enjeu considérable, pour obtenir des soutiens moraux, voire financiers : témoigner de vécus, faire connaître le problème, exprimer ses sentiments, faire connaître des revendications
- Le sondage donne alors du poids aux discours associatifs et aux actions militantes
- Ce soutien populaire peut avoir une certaine influence sur le pouvoir politique... mais pas toujours !

Comment un sondage peut-il aider des décideurs à prendre des mesures ou à s'abstenir de le faire ?

- On sait qu'en économie, des entrepreneurs font appel à des sondages qui influencent les stratégies de vente et la publicité
- En politique, il peut en être de même
- En effet, certains dirigeants testent l'opinion publique avant de lancer un débat ou un projet de réforme
- La recherche de popularité peut conduire à vérifier si le gouvernement va dans le bon sens en surfant sur les attentes sociétales en faisant appel à des sondages
- Le résultat des sondages peut inciter à ajuster les mesures pour ne pas froisser l'électorat
- Ainsi le sondage peut-il influencer le pouvoir et le pouvoir peut agir sur les sondages
- Dans certains cas, les résultats d'un sondage peuvent décourager à prévoir certaines mesures
- Ils peuvent aussi décourager une candidature, comme le suggère l'ancien « Monsieur sondages » du Parti socialiste. En effet, François Kalfon affirme : « Si François Hollande ne s'est pas présenté à sa propre succession, c'est tout simplement parce que les sondages le donnaient battu à la primaire et à la présidentielle. Il y a eu un impeachment politique qui ne vient ni de sa majorité parlementaire ni de son parti, mais des sondages »

2. Comment les médias créent-ils la Démocratie d'opinion ?

Comment les médias participent-ils à la vie démocratique ?

Les médias ont acquis aujourd'hui pour une majorité d'individus le rôle de source [d'information] légitime et facilement accessible [...]. Les médias participent à la construction de la réalité et mettent en exergue des faits dont nous n'aurions pas connaissance autrement. L'individu perçoit donc, au-delà de son expérience humaine, une réalité sociale fabriquée par les médias et réagit par rapport à elle. [...]

Les médias entretiennent l'image instituée de la vie politique, de ses codes, de ses symboles [...]. [Ils] informent aussi sur la vie politique et sur le fonctionnement des institutions. En créant les événements et en les sélectionnant, ils participent au jeu politique dont ils sont devenus un acteur majeur, y compris dans l'influence qu'ils exercent dans le choix des problèmes politiques « prioritaires » à traiter. Notons qu'ils sélectionnent aussi le personnel politique dont l'« existence médiatique » est une préoccupation constante, tant d'ailleurs pour eux-mêmes que dans leurs stratégies de pouvoir. La notoriété, créée ou confrontée par les médias, est en effet une ressource-clé dans l'univers politique.

Dominique Chagnollaud de Sabouret, Introduction à la science politique, Dalloz,

- En diffusant les informations principales qui caractérisent l'actualité, les médias ont la légitimité d'un peuple qui y accèdent facilement ("source légitime et facilement accessible")
- Comme ils sélectionnent certains types d'information, par la distinction de ce qui est prioritaire de ce qui ne l'est pas, ils font l'actualité ("participent à la construction de la réalité")
- Les citoyens sont formés à la politique : ils voient "l'image instituée de la vie politique, de ses codes, de ses symboles", ce qui facilite la perception de la vie politique par le citoyen et le rapport entre celui-ci et la dynamique démocratique
- Ils peuvent - mieux qu'autrefois - saisir les événements, les projets, les enjeux des débats
- Les médias ne se contentent pas d'informer sur le pouvoir : ils donnent la parole (en tout cas en France) au contre-pouvoir, notamment aux partis minoritaires
- Ils peuvent même permettre de prendre connaissance de causes ignorées, grâce à l'action d'associations et de citoyens en action qui se font entendre
- En effet, de nombreux médias se font le relais de faits relatés par exemple sur Internet
- En insistant sur certains faits et certains sujets, ils imposent aussi aux politiques leur agenda
- Ils sont également un vecteur d'information sur les candidats politiques qui doivent soigner leur image

Comment se caractérise la Démocratie d'opinion ?

- La Démocratie d'opinion, c'est l'expression spontanée du peuple dans les médias, dans les enquêtes, dans les sondages
- Elle met en valeur l'état d'esprit et l'avis d'une majorité (ou supposée telle)
- Elle s'impose à la vie du citoyen, aux relations entre le citoyen et le pouvoir politique, et au pouvoir politique lui-même
- Elle se traduit aussi, côté personnalités politiques, par une présence importante à la radio ou à la télévision, des tweets, une apparente proximité avec les préoccupations populaires...



L'ESSENTIEL

Outil médiatique et médiatisé, le sondage est devenu incontournable, en tant que vecteur d'une opinion publique qui s'impose.

Sa construction se réalise par étapes et le choix de l'échantillon et des questions sont fondamentaux, dans la mesure où il a une implication sur les résultats.

Il faut dire que les sondages font l'objet de critiques (choix des thèmes, des questions, de l'échantillon...) et les résultats des votes contredisent certains résultats, ce qui crée la surprise.

c) Pourquoi le soutien de l'opinion publique peut-il avoir son utilité sociale ?

a) **Comment comprenez-vous la question et comment évolue l'avis de l'« opinion publique » sur le mouvement des gilets jaunes ?** L'objectif ici est de constater les rapports entre les avis favorables et les avis défavorables à la poursuite du mouvement et donner le sens général des courbes.

Soit on est d'accord que la lutte se poursuive (quelles que soient les conditions, la violence de certains...), soit on est contre sa poursuite.

Au départ de l'enquête, donc le 28 novembre 2018, une majorité de Français sondés (plus des deux tiers) pensait que la lutte devait continuer. À la fin de l'enquête, c'est-à-dire le 13 février 2019, ils sont moins de la moitié dans ce cas.

b) **Comparez le rapport de force entre les deux avis opposés.** L'objectif ici est de partir des premiers chiffres, préciser comment évolue chaque courbe, dire quand l'évolution va dans un autre sens et donner la situation à la dernière date.

Le rapport entre l'avis favorable et l'avis défavorable s'est inversé avant la fin du mois de janvier. Au départ on est presque à 70 %/30 % et à l'arrivée 43 %/56 %. Les sondés sont las de voir les manifestations tous les samedis (et les violences en marge).

Pendant longtemps (2 mois ici) les soutiens sont plus importants que les non soutiens.

Le rapport est stable pendant plusieurs semaines, après avoir un peu chuté (perte de 17 points de pourcentages entre le 28 novembre et le 11 décembre, soit – 24,4 %).

c) **Pourquoi le soutien de l'opinion publique peut-il avoir son utilité sociale ?** L'objectif ici est de distinguer l'intérêt pour les gilets jaunes de l'intérêt du gouvernement.

Penser que le mouvement doit se poursuivre, c'est admettre que l'on soutient la cause sociale, que l'on est solidaire, que la lutte est légitime, qu'il faut continuer pour avoir gain de cause, pour faire changer les choses... Les acteurs sociaux ont besoin de savoir que le peuple (enfin... ceux qui répondent au sondage) est de son côté et qu'il faut continuer à manifester.

Penser que le mouvement doit s'arrêter est ambigu : soit il s'agit de personnes qui contestent la lutte, soit il s'agit de personnes qui sont solidaires mais inquiètes des violences ou de l'absence de réponses gouvernementales et qui préféreraient que la lutte prenne d'autres formes.

Quant au gouvernement, il peut profiter de la réponse défavorable à la poursuite du mouvement pour faire comprendre que c'est lui qui a raison.

On a beau critiquer les sondages, ils sont incontournables et utiles pour au moins saisir une tendance générale. Les sondages sont une photographie à un moment donné, mais ils peuvent influencer l'opinion publique et même les politiques. La vie démocratie et la vie politique se transforment avec cet outil statistique.

LA DÉMOCRATIE D'OPINION TEND À REMPLACER LA DÉMOCRATIE REPRÉSENTATIVE

1. Quels sont les effets de la Démocratie d'opinion sur l'agenda politique et les résultats électoraux ?

Comment les médias imposent-ils aux politiques leur agenda ?

Le mécanisme de « l'agenda », par exemple, expression traduite de l'américain agenda-setting et qui signifie plutôt « mise à l'ordre du jour ». En s'emparant d'une thématique à un moment donné, les médias la placent au cœur des conversations et des préoccupations. Comme l'exprimaient les sociologues américains McCombs et Shaw, dans les années 1970, « les médias ne nous disent pas ce qu'il faut penser, mais ce à quoi il faut penser ».

M. Abescat, Présidentielle 2012 : les médias font-ils l'élection ? Télérama, 1er avril 2018

- Les journaux et les magazines, les informations télévisées, la radio, Internet, font l'actualité en se concentrant sur certains faits plutôt que d'autres
- Comme l'affirment McCombs et Shaw, les médias imposent les sujets d'actualité ("ce à quoi il faut penser")

- Cela oblige les politiques à tenir compte de ce qui est souligné et de s'exprimer, voire d'avoir des propositions
- Ainsi, cela limite leur liberté : on impose aux responsables politiques un agenda politique issu des débats publics
- Le président de la République, le Premier Ministre et les Ministres doivent souvent être sur le terrain ; pour certains d'entre eux, on se demande comment ils peuvent gérer les dossiers en cours et être auprès de ceux qui les font venir
- Il faut dire... que si les politiques veulent améliorer leur image et leur cote de popularité médiatique, il est préférable de ne braquer ni les citoyens, ni les médias...

En quoi la Démocratie représentative passe-t-il à un âge nouveau ?

- L'essor et la multiplication des médias, des problèmes de société et des causes défendues, ont modifié le paysage de la Démocratie et de la vie politique
- Paradoxalement, les électeurs se plaignent que le monde politique et le monde "réel" (celui du peuple, celui "d'en bas") et pourtant les politiques et les citoyens n'ont jamais été autant en interaction, les individus et les groupes influençant les politiques et les politiques influençant les individus et les groupes
- Les médias permettent aux politiques de donner l'impression d'être plus proches des électeurs et d'être plus à leur écoute
- Les médias sélectionnent d'une certaine manière les candidats qui se médiatisent (invitations, droit de réponse...), qui agissent sur leur réputation et qui élaborent des stratégies d'accession au pouvoir
- Cela n'empêche pas des citoyens à être sceptiques à l'égard des élus, des porte-paroles de la majorité et de l'opposition, voire de la politique (cf. l'abstentionnisme électoral par exemple, dans le cours suivant)

Comment la Démocratie d'opinion tend-elle à remplacer la Démocratie représentative ?

Qu'est-ce que la démocratie d'opinion ? La démocratie d'opinion puise sa légitimité dans le nombre, c'est-à-dire dans l'expression spontanée des citoyens dont la somme forme une opinion publique. La légitimité de la démocratie d'opinion n'est pas la même que celle de la démocratie représentative, organisée autour de l'élection d'une élite politique par un corps électoral. On peut cependant concevoir que la démocratie d'opinion et la démocratie représentative sont complémentaires pour le bon fonctionnement des démocraties contemporaines. En dehors des scrutins électoraux qui se produisent à intervalles réguliers, il est en effet souhaitable que l'avis des citoyens sur les grandes questions économiques et sociales soit recueilli de manière permanente ou quasi permanente afin d'orienter l'action des gouvernants. Outre ce caractère permanent, la démocratie d'opinion présente également l'avantage d'être médiatique, puisqu'elle s'appuie sur ces supports modernes de communication que sont les différentes formes de presse, internet ; et aussi d'être directe, puisqu'elle se défie des intermédiaires, permettant même dans le système présidentiel un dialogue entre l'opinion et le Président de la République. Néanmoins, dans un certain nombre de cas, la démocratie d'opinion est perçue comme un renoncement à l'action politique, parce qu'elle conduit dans ses formes extrêmes à prendre des décisions en fonction d'une opinion publique souvent versatile, mal informée et parfois construite de manière artificielle. Ce qui amène à s'interroger sur le concept d'opinion publique.

La représentation et la démocratie d'opinion, Éduscol

- La Démocratie d'opinion repose sur l'idée que la majorité de ceux qui pensent dans le même sens ont forcément raison et définissent alors l'intérêt général, dont devraient se préoccuper les politiques
- En imposant l'actualité, en soulevant des problèmes, en usant et en abusant des sondages d'opinion, les médias ont créé une Démocratie d'opinion
- Pour beaucoup d'auteurs, la Démocratie d'opinion est la dérive de médias qui sont devenus des acteurs clefs de la politique
- Les médias, qui agissent sur des supports diversifiés et largement technologiques, branchés en continu sur l'actualité, imposent les thèmes de l'actualité en se focalisant sur certains faits, puisqu'il faut hiérarchiser les événements
- Ils se substituerait ainsi aux politiques pour savoir ce qui est prioritaire, ce à quoi il faut s'attaquer en premier
- Ainsi la Démocratie d'opinion aurait tendance à remplacer la Démocratie représentative, dans un contexte de défiance à l'égard d'élus... peu représentatifs de l'électorat
- C'est d'autant plus gênant que l'opinion publique présente des limites certaines (notamment sa versatilité, sa mauvaise information ou son caractère incertain)
- Il est cependant possible de penser que Démocratie d'opinion et Démocratie représentative se complètent

malgré tout, notamment parce qu'il faut bien parler de politique entre deux élections

En quoi consiste l'effet bandwagon d'un sondage ?

- Il arrive assez fréquemment qu'un candidat à une élection, situé en première place, bénéficie d'une dynamique qui lui est favorable
- Le succès appelle le succès : la première place attire des électeurs potentiels qui ont envie de se sentir dans le mouvement
- Il est possible de mettre en valeur l'"effet *bandwagon*" ou "effet de monde" ou effet d'entraînement du sondage : un candidat prend le train en marche ; en effet, il bénéficie d'une dynamique lorsqu'il est en tête des sondages, ce qui renforce sa chance d'accéder au pouvoir

En quoi consiste l'effet underdog d'un sondage ?

- On peut aussi avoir un "effet underdog" ou "effet boomerang" ou "effet outsider" ou "effet de challenger" : le perdant d'un sondage gagne des points grâce à la revitalisation de sa popularité
- Les citoyens peuvent avoir de la sympathie ou de la pitié pour le perdant
- En fait, le sondage a des effets difficiles à mesurer en décourageant à aller voter ("l'élection est faite"), en légitimant un vote contesté (Rassemblement national, RN) ou en mobilisant contre un candidat (La France Insoumise, LFI)

Pourquoi le sondage fausse-t-il les résultats électoraux ?

- Plusieurs cas de figure peuvent se présenter
- Par exemple, un sondage favorable à un candidat peut lui nuire : l'élection "acquise d'avance" dissuade les sympathisants à se déplacer aux urnes (exemple d'Hillary Clinton ou des adversaires au Brexit)
- Un autre sondage peut être défavorable à un candidat et pourtant celui-ci peut gagner : on a affaire à un effet underdog !
- On peut aussi prendre conscience que sa première perception n'est pas la bonne et changer d'avis, suite aux résultats d'un sondage et de ses commentaires

2. Comment le sondage encourage-t-il le marketing politique et la démagogie ?

Comment le pouvoir politique s'approprie-t-il le débat public ?

- Rappelons que la mission de l'élu et du politicien nommé est de représenter le peuple et ses intérêts, donc s'ils "récupèrent" les éléments du débat médiatique, ils en ont la légitimité
- D'ailleurs, le but des mouvements sociaux est justement d'interpeller le pouvoir politique pour que des changements s'opèrent (abandon de projets de réformes, dénonciation de scandales, revendications)
- S'il n'y avait pas eu les gilets jaunes, Emmanuel Macron n'aurait pas organisé de "débats publics", libérant ainsi la parole, recentrant un temps le citoyen au cœur de discussions et donnant aux Maires la possibilité de faire remonter des doléances et préoccupations d'élus de terrain auprès de l'élite parisienne
- Le rôle des médias et des sondages a été central, même si les violences ont centré des attentions de journalistes, en donnant une légitimité certaine aux "rebelles" et en obligeant le chef d'État à appliquer quelques mesures sociales
- L'inorganisation des mouvements, l'absence de porte-parole officiel et l'incapacité des gilets jaunes à constituer un parti politique pouvant menacer les autres partis et le pouvoir politique ont toutefois conduit à ne pas imposer efficacement un autre mode de fonctionnement et de relation citoyen/État



- Résultat : si l'opinion publique s'est démocratisée, elle finit par inciter les élus à se réapproprier le débat et à faire la morale de ce qui est légitime et de ce qui ne l'est pas
- Donner l'impression de gérer e débats est une façon de montrer que l'on gère la politique, tout en gérant... son image, sa réputation !

Quel est l'enjeu de suivre la cote de popularité d'un président par exemple ?

- Les politiciens ne peuvent pas être indifférents aux sondages d'opinion et beaucoup y font même appel ; il y a 3 fois plus de sondages pour les présidentielles en 2017 qu'en 2002
- Beaucoup de médias suivent la cote de popularité des présidents, qui participe à la légitimité du chef d'État
- Constat : certains perdent peu de points, mais tous en perdent !

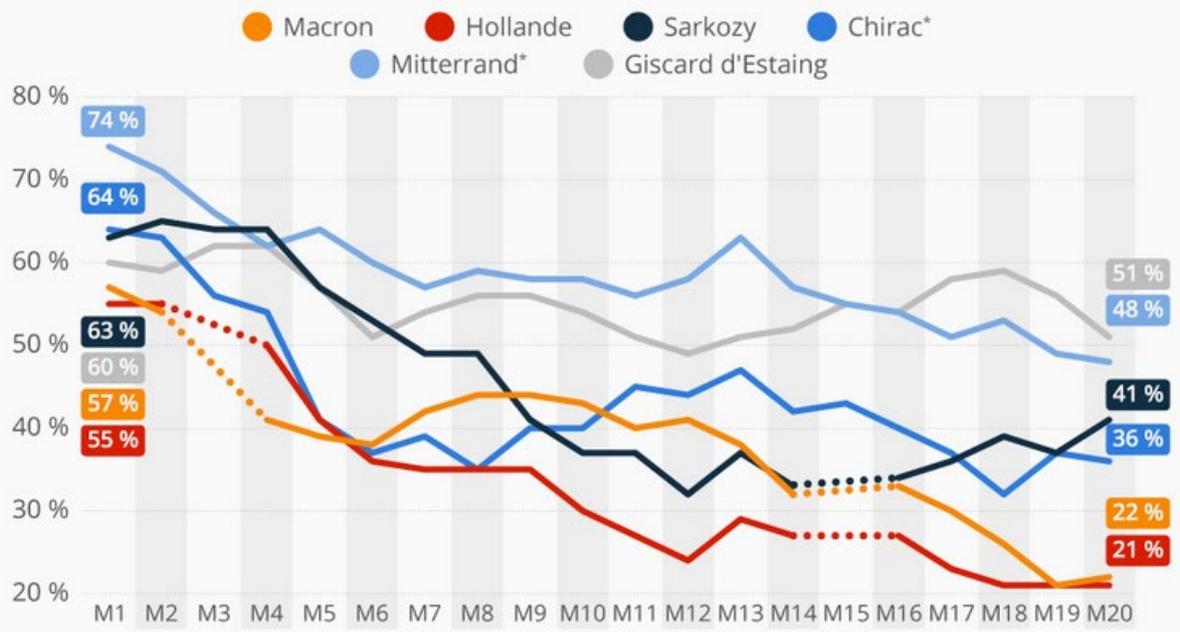


RÉFLÉCHISSONS ENSEMBLE

Etudiez le document ci-dessous et répondez aux questions suivantes :

L'inévitable chute des Présidents auprès des Français

Cote de confiance en début de mandat des Présidents de la République depuis 1978, en %



a) Calculez la perte de points et la perte correspondante en % pour chaque Président.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Giscard d'Estaing : points ou - % Chirac : - points ou - % Hollande : - points
Mitterrand : - points ou - % Sarkozy : - points ou - % Macron : - points

Réponse :

Giscard d'Estaing : - 9 points ou - 15 % Chirac : - 28 points ou - 43,75 % Hollande : - 34 points ou - 61,82 %
Mitterrand : - 26 points ou - 34,14 % Sarkozy : - 22 points ou - 34,92 % Macron : - 35 points ou - 61,40 %

- Tous les présidents connaissent une baisse de leur cote de popularité, mais de façons plus ou moins fortes
- Il faut dire que beaucoup de médias sont dans l'enthousiasme d'une élection et le président élu est dans un "état de grâce" pendant quelques mois avec des soutiens journalistiques, puis... c'est le "backlash" (choc lié aux désillusions) et le "bashing" (dénigrement public)
- Suivre une cote de popularité, c'est vérifier le degré de légitimité de la personnalité

En quoi l'usage des sondages impose-t-il une Démocratie d'opinion qui fragilise la Démocratie représentative ?

- En s'imposant, le sondage donne l'impression que l'avis des citoyens prime sur l'avis des gouvernants
- Le partage collectif d'avis donne l'impression d'avoir raison face aux représentants
- Les élus doivent constamment justifier la légitimité de leur statut, de leurs décisions
- Ils sont pressés par l'actualité imposée par les médias et les sondages, pour traiter de sujets immédiats, alors qu'ils doivent aussi traiter de dossiers à moyen terme et avoir une vision de long terme pour anticiper les problèmes à venir
- la Démocratie d'opinion imposée par certains médias joue le rôle de contre-pouvoir, mais cela peut conduire à des excès, comme la critique systématique des décisions gouvernementales
- La Démocratie d'opinion peut ainsi donner l'impression de remplacer la Démocratie représentative

En quoi les stratégies de la Com' sont-elles devenues incontournables ?

- La communication politique, c'est l'ensemble des techniques cherchant à bénéficier d'un soutien de l'opinion publique durant une conquête ou l'exercice du pouvoir
- La multiplicité des moyens médiatiques, l'essor de la Démocratie d'opinion et de domaines spécialisés ont accentué l'usage de cette stratégie qui vise la légitimité et la popularité
- Il faut ainsi soigner son image et sa réputation, justifier ses dire et ses actions
- La communication politique peut avoir pour objectif(s)...
 - séduire et gérer l'opinion publique
 - renforcer le rapport de domination entre gouvernants et dominés
 - dynamiser la compétition et la lutte
 - susciter des débats
- Elle s'articule autour de la manipulation de symboles, d'une approche de terrain et de canaux
- Elle vise l'efficacité : la persuasion, le cadrage (l'orientation de l'interlocuteur : donner une interprétation du problème) et l'amorçage (modification du jugement)
- Il est possible d'y voir une manipulation : l'information devient une "marchandise" échangée dans les médias
- Il est toutefois possible de la voir comme une interaction avec les citoyens, une compréhension mutuelle : il faut alors avoir une aptitude à être clair, à se faire écouter, à influencer
- La stratégie est souvent différente selon l'enjeu : en cas de conquête du pouvoir, il faut s'opposer, être ambitieux, surenchérir ; en cas de gouvernance, il faut soigner son image pendant l'état de grâce, encaisser les coups, anticiper les réactions aux mesures choisies, anticiper l'instabilité économique et sociale, être pédagogue en les explicitant, éviter de braquer l'opinion publique, tenter de limiter la perte de cote de popularité...
- Ainsi la personnalisation du pouvoir devient-elle forte : les candidats et les élus sont surexposés (y compris dans leur vie privée) et doivent travailler leur image, leur allure, leur style... bref : séduire ! mais aussi... accepter la transparence qui s'impose de plus en plus
- Par chance, l'opinion publique est souple, ce qui permet une possibilité d'y réagir en prenant en compte des attentes sociales, de construire des projets collectifs

En quoi faut-il parler de marketing politique ?

- Le marketing politique est l'ensemble des techniques qui promeuvent la politique comme une marchandise
- Il s'inspire d'autant plus du domaine économique qu'il fait du politique un produit qui a un prix, qui fait l'objet d'une distribution, d'une communication et qui doit satisfaire des consommateurs (électeurs)

- Il est étroitement lié aux avancées technologiques (par exemple, l'enjeu de *Facebook*, des blogs, les chaînes TV et des *tweets* avec le web 2.0)
- Les mots, les formules, les slogans, les symboles choisis ont toute leur importance
- Il utilise la communication comme levier
- Il joue sur le registre émotionnel, plus que sur les faits
- La candidature en politique suppose de définir les besoins des votants, d'élaborer des solutions pour le plus grand nombre, d'adapter le discours aux situations et de s'inspirer des sondages...

En quoi la démagogie est-elle gênante ?

- En faisant croire qu'ils se préoccupent des citoyens, des médias surfent sur l'émotion et le scandale
- Une course au scoop et aux affaires est d'ailleurs pratique courante chez certains
- Cette démagogie se fait au détriment des citoyens
- Mais on peut penser que d'autres démagogues profitent de la Démocratie d'opinion : en parlant au nom du peuple et en donnant l'impression de ne défendre que les intérêts du peuple, le Rassemblement national et La France Insoumise sont souvent critiquées, voire assimilées dans leur stratégie
- Les politiques au pouvoir ne sont pas exempts de démagogie : beaucoup commandent des sondages dont l'analyse des résultats permet de réaliser des choix dans le sens des attentes sociales des électeurs
- Résultat : la politique s'éloigne parfois de sa fonction initiale : engager la nation sur des projets de société, agir dans le temps, plutôt que dans l'immédiateté
- Toutefois, certains gouvernants restent fidèles à leurs projets, quitte à se mettre à dos une partie des citoyens (gilets jaunes, opposants au projet de réforme de la retraite, ...), donc il faut relativiser l'idée que la Démocratie d'opinion remplace la Démocratie représentative

Qu'est-ce que le populisme et quels problèmes pose-t-il à la classe politique ?

- Le populisme est un terme péjoratif utilisé par des journalistes et des personnalités politiques pour désigner des porte-parole d'opposition qui instrumentaliserait l'opinion du peuple, s'opposeraient aux élites, seraient démagogiques en proposant des solutions simplistes (et radicales)
- Selon la couverture du Canard enchaîné proposé ici, les candidats à l'élection présidentielle auraient le même positionnement et seraient d'accord entre eux pour s'opposer officiellement au système politique et feraient appel aux mêmes procédés que Trump pour "draguer les électeurs"
- Le dessin de Plantu assimile Marine Le Pen (extrême-droite) à Jean-Luc Mélenchon (gauche radicale), qui auraient le même discours à l'égard du peuple : forcément les mêmes critiques du système et du parti au pouvoir, la même paranoïa, les mêmes solutions...
- Il faut dire que les partis qui sont accusés de populisme font peur aux autres partis, en particulier ceux qui sont au pouvoir ou sont susceptibles d'y accéder
- Malgré la réputation qu'ils traînent, c'est moins pour la menace qu'ils pourraient faire peser sur la société et la Démocratie que sur la compétition (presque "déloyale") qu'ils créent avec eux



L'ESSENTIEL

Avec les sondages, la Démocratie représentative est passée à un âge nouveau : celui de la Démocratie d'opinion, qui se caractérise par la personnalisation du pouvoir.

Cette évolution redéfinit la diversité et l'importance de l'emprise des médias sur les gouvernants, qui peuvent y trouver une légitimité et l'opportunité d'améliorer une popularité lorsque l'opinion leur est favorable.

Les gouvernants et les candidats politiques sont sensibles aux résultats et aux effets des sondages et se retrouvent dans un rapport nouveau avec les gouvernés.

Le sondage peut influencer sur une élection et conduire des politiciens à utiliser cet outil à leur profit.



DÉMOCRATIE D'OPINION

Voici un sujet de Spécialité 2 ou Raisonement appuyé sur un dossier documentaire/dissertation s'appuyant sur un dossier documentaire.

En quoi l'organisation de primaires au sein de partis politiques reflète-t-elle l'un des aspects de la Démocratie d'opinion ?

Document 1 :

La notion de « démocratie d'opinion » est aussi courante que confuse. Ce concept attrape-tout sert à désigner et à donner cohérence à des évolutions aussi diverses que le règne d'une nouvelle force (l'opinion publique), l'omniprésence des sondages et leur médiatisation croissante, la personnalisation de la vie politique, ou encore l'affaiblissement des partis. [...]

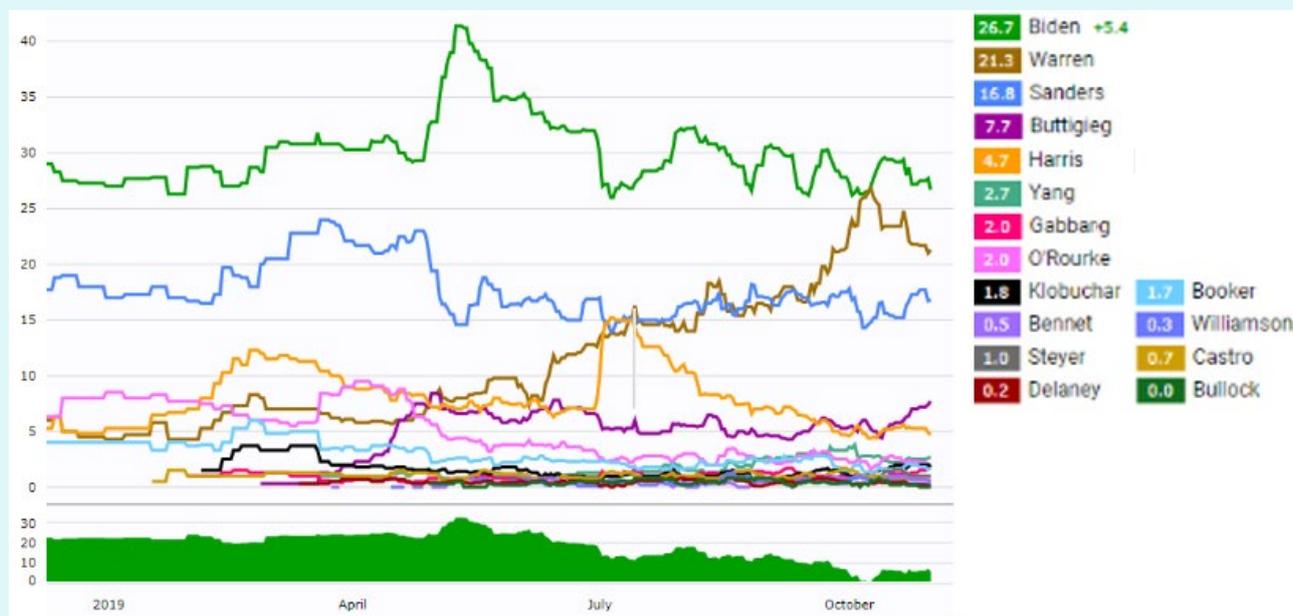
Trente-cinq sondages ont été spécifiquement consacrés à la primaire socialiste entre le 31 mars 2009 et le 22 septembre 2011. En allongeant la période de précampagne présidentielle, la primaire dope le marché des enquêtes et en intensifie le rythme et le volume de production [...]

Les primaires contraignent ainsi les acteurs politiques à se situer de plus en plus par rapport à « l'opinion publique ». Se lancer dans la course d'une primaire, c'est d'abord être candidat à la publicité, à la consécration médiatique, et entrer dans les sondages d'opinion [...]

Au total, sondages et primaires participent de logiques congruentes : ils renforcent la personnalisation, la stratégisation du jeu politique, tout en tirant leur légitimité de leur contribution revendiquée à la démocratie [...].

Rémi Lefebvre, Les primaires : triomphe de la démocratie d'opinion ? Revue Pouvoirs

Document 2 : Moyenne des sondages nationaux pour les primaires démocrates aux États-Unis. (Real Clear Politics)



CORRECTION

a) Trouvez une problématique pertinente. L'objectif ici est de décortiquer et traduire l'intitulé du sujet, choisir un angle de réflexion pour la problématique.

- *En quoi* : comment
- *L'organisation de primaires* : la mise en place d'une compétition officielle
- *Au sein de partis politiques* : entre des candidats d'un même parti
- *Reflète-t-elle* : illustre-t-elle
- *L'un des aspects* : l'une des formes, l'une des caractéristiques
- *De la Démocratie d'opinion* : de l'expression spontanée du peuple imposée par les médias

b) Mettez en valeur les idées clefs des documents permettant de répondre à la problématique. L'objectif ici est d'identifier de 2 à 4 idées, si possible traduites pour éviter le plagiat ou la paraphrase.

Doc 1

- **Info 1** : l'expression « démocratie d'opinion » pose problème à cause de son ambiguïté
- **Info 2** : la démocratie d'opinion présente des caractéristiques diverses tandis que l'expression donne l'impression d'une homogénéité
- **Info 3** : parmi les caractéristiques de la démocratie d'opinion, on a : l'apparition de forces nouvelles (opinion publique), excès de sondages dans les médias, personnalisation de la vie politique, partis en crise...
- **Info 4** : beaucoup de sondages s'intéressent aux primaires
- **Info 5** : la primaire prolonge la période préélectorale : on parle de politique bien avant le vote
- **Info 6** : la primaire renforce l'importance des sondages (quantité, intensité du rythme)
- **Info 7** : les responsables et les candidats politiques sont obligés d'être tout le temps en alerte face à l'opinion publique
- **Info 8** : participer à une primaire, c'est accepter de faire le jeu des médias et des sondages, donc d'être surexposé
- **Info 9** : la démocratie d'opinion conduit à la personnalisation et aux stratégies politiques

Doc 2

- **Info 10** : les nord-américains ont l'habitude de réaliser des primaires pour les présidentielles
- **Info 11** : à trois mois des primaires démocrates, les sondages battent le plein
- **Info 12** : de nombreux candidats sont dans la course et sont médiatisés
- **Info 13** : ici il y a 16 candidats
- **Info 14** : 5 candidats se détachent des autres, notamment grâce aux sondages
- **Info 15** : les sondages et les primaires contribuent ainsi à dynamiser la vie démocratique
- **Info 16** : les primaires et les sondages peuvent légitimer la démocratie représentative
- **Info 17** : on peut peut-être identifier un effet bandwagon : celui qui domine renforce sa domination grâce au sondage : cas de Biden et Sanders
- **Info 18** : on peut peut-être identifier un effet underdog : un perdant gagne des points sous l'effet du sondage : cas de Warren, Harris et Buttigieg

c) Quelles connaissances personnelles pouvez-vous ajouter aux informations recueillies ? L'objectif ici est d'exploiter les éléments du cours ; définitions, mécanismes, idées.

- Des définitions : sondages, démocratie d'opinion, démocratie représentative
- Des mécanismes et logiques : les effets du sondage sur la vie démocratique, la vie politique et sur les résultats
- Souligner les effets bandwagon et underdog
- Insister sur les effets contradictoires du sondage : d'un côté, renforcement de la Démocratie, de l'autre côté, affaiblissement de la Démocratie

d) Quel plan peut-on proposer ? L'objectif ici est de construire un plan : technique au choix, situer à quels endroits on place les idées des documents.

Pour une Spécialité 2 :

- A) La primaire de certains partis renforce la Démocratie (cours + infos 1, 2, 3, 10 et 11)
- B) Les sondages renforcent la démocratie d'opinion (cours + infos 1, 4, 5, 8 et 9)
- C) Les sondages ont des effets contradictoires et sont accusés de fragiliser la Démocratie représentative (cours + infos 6 et 7)

Pour une dissertation :

- I. La Démocratie d'opinion repose notamment sur les sondages
 - A) l'importance des sondages (cours + infos 4 à 6, 11, 14)
 - B) la place et le rôle des médias dans la démocratie d'opinion (cours + infos 3, 1 à 2)
- II. La Démocratie d'opinion dépend aussi d'autres outils et d'autres logiques
 - A) les primaires médiatisent la vie politique et des candidats (cours + infos 7 à 9, 10 à 18)
 - B) la personnalisation et les risques de démagogie et de populisme (cours + infos 3, 9)



Vous pouvez maintenant
faire et envoyer le **devoir n°1**

