

**I- POURQUOI VOTER ?**

**1) Est-il rationnel de voter ?**

➤ Document 1 : question 1

**2) Les raisons sociales du vote**

➤ Document 1 : question 2

**II- LES DETERMINANTS DU VOTE**

**1) L'origine géographique**

**2) La position sociale**

**3) L'origine sociale**

**4) L'offre politique**

**5) Les autres déterminants**

➤ Documents 2, 3, 4 et 5 : questions 3 à 6

**III- QUELQUES QUESTIONS AUTOUR DU VOTE**

**1) Un électeur zappeur ou fidèle ?**

**2) Un vote de classe ?**

➤ Document 6 : question 7

**3) Des votes différents en fonction des scrutins ?**

a) Enjeux local ou national ?

b) Elections et référendum

c) Vote sanction et vote utile

d) Voter pour des idées ou pour une personnalité ?

**4) L'importance des médias**

a) Les sondages influencent-ils le vote ?

b) Les médias influencent-ils le vote ?

➤ Document 7 : questions 8 et 9

## Document 1 : Est-il rationnel d'aller voter ?

« Pourquoi se déplacer pour aller voter ? L'économiste Anthony Downs est le premier à avoir soulevé « le paradoxe et l'énigme de la participation ». Selon lui, il n'est pas rationnel d'aller voter. En effet, chaque vote représente un poids infinitésimal dans l'élection et n'a donc pratiquement aucune chance de faire varier le résultat (en France, un vote ne représente qu'une voix sur 43 millions d'électeurs). Or voter a un « coût de participation » important : il faut faire des démarches administratives pour s'inscrire sur les listes électorales, se déplacer dans son bureau de poste, renoncer à un dimanche à la pêche... Le « coût d'information » pour « bien voter » est également très élevé, car il suppose un véritable investissement intellectuel (en comparant les programmes, leur degré de réalisme, supputant sur les chances de succès...). Bref, dans ces conditions, tout individu rationnel devrait s'abstenir de voter.

D'autres chercheurs tempèrent ce point de vue en mettant en avant le caractère social et moral du vote, et les bénéfices psychologiques qu'il est possible d'en retirer : des enjeux de reconnaissance sociale et d'estime de soi interviennent »

Héloïse Lhéréty, « Pourquoi aller voter ? », *Sciences humaines*, n°236, Avril 2012

- 1) Pourquoi ne semble-t-il pas rationnel d'aller voter ?
- 2) Expliquer la phrase soulignée

## Document 2 : Les votes à l'élection présidentielle de 2007

### La sociologie des électorats

	N. Sarkozy	S. Royal	TOTAL
ENSEMBLE	53	47	100
Sexe			
Hommes	54	46	100
Femmes	52	48	100
Âge			
18 - 24 ans	42	58	100
25 - 34 ans	57	43	100
35 - 44 ans	50	50	100
45 - 59 ans	45	55	100
60 - 69 ans	61	39	100
70 ans et plus	68	32	100
Sexe x Âge			
Hommes / Moins de 35 ans	54	46	100
Hommes / 35 à 59 ans	49	51	100
Hommes / 60 ans et plus	66	34	100
Femmes / Moins de 35 ans	50	50	100
Femmes / 35 à 59 ans	45	55	100
Femmes / 60 ans et plus	64	36	100
Profession de l'interviewé			
Agriculteurs	67	33	100
Artisans, Commerçants	82	18	100
Professions libérales, Cadres Sup.	52	48	100
Professions intermédiaires	49	51	100
Employés	49	51	100
Ouvriers	46	54	100

	N. Sarkozy	S. Royal	TOTAL
ENSEMBLE	53	47	100
Statut de l'interviewé			
Salariés du privé	53	47	100
Salariés du public	43	57	100
Travailleurs indépendants	77	23	100
Chômeurs	25	75	100
Étudiants	42	58	100
Retraités	65	35	100
Dernier diplôme obtenu			
Pas de diplôme	51	49	100
BEP/CAP/Certif. d'études primaires	54	46	100
Baccalauréat	53	47	100
Enseignement supérieur	52	48	100
Niveau de revenu du foyer			
Modeste	44	56	100
Moyen inférieur	53	47	100
Moyen supérieur	52	48	100
Élevé	57	43	100
Catégorie d'agglomération			
Rural	57	43	100
Moins de 20 000 habitants	54	46	100
De 20 000 à 100 000 habitants	56	44	100
Plus de 100 000 habitants	50	50	100
Agglomération parisienne	50	50	100

## Document 3 : Les quatre grands mécanismes explicatifs du vote

« En France, le rapport de force entre droite et gauche témoigne depuis des décennies d'un partage à peu près équilibré de l'électorat. Comment expliquer de telles régularités au fil du temps dans la répartition des suffrages, sinon par des logiques tout aussi permanentes au niveau des choix des électeurs ? La science politique a distingué de fait quatre mécanismes – non exclusifs les uns des autres – qui influencent le choix électoral des individus : la géographie, la sociologie, l'identification politique et la rationalité économique.

### *1 - Dis-moi où tu habites...*

La première source de régularité dans le vote tient à la répartition des électeurs dans l'espace, à la géographie. Dis-moi où tu habites, je te dirai pour qui tu votes. Toutes les cartes électorales que l'on a pu établir dans tous les pays qui pratiquent sur la durée le suffrage universel montrent des régularités étonnantes. Pourquoi de telles permanences géographiques ? Trois lignes d'explication peuvent être proposées. En premier lieu, elles peuvent provenir d'un traumatisme historique qui a durablement clivé l'électorat sur une base géographique, comme par exemple celui lié à la Révolution française en Vendée. En deuxième lieu, ces permanences tiennent au fait que les partis, une fois à la tête du pouvoir local d'une région, peuvent tenir un territoire par leur réseau d'élus et de militants : les électeurs votent alors pour ce dernier parce qu'ils en attendent des aides pour leur vie quotidienne. Enfin, cette permanence peut tenir à des lieux qui accueillent au fil des époques des électeurs de niveau social

semblable. Ainsi les beaux immeubles de l'ouest parisien accueillent au fil des générations – depuis qu'ils ont été construits au 19<sup>e</sup> siècle – des électeurs d'orientation tout aussi conservatrice que leurs prédécesseurs.

## **2 - Dis-moi quelle est ta place dans la société...**

La deuxième source de régularité dans les choix des électeurs n'est autre que le poids de la classe sociale, du sexe et de la religion dans l'orientation électorale. Dis-moi quelle est ta place dans la société, je te dirai comment tu votes. Cependant, la science politique, en France comme dans les autres pays de vieille démocratie, tend plutôt à souligner le déclin du « vote de classe » et de celui de la religion dans les orientations politiques des électeurs.

## **3 - Dis-moi pour qui ton père votait...**

La troisième source de régularité dans les choix des électeurs est l'identification partisane. La majorité des électeurs ne connaît rien à la politique entendue comme les affaires de l'État. Ils semblent donc simplement voter en se fiant à une tradition de vote, soit républicaine, soit démocrate, elle-même largement liée à une transmission familiale. Dis-moi pour qui ton père votait, je te dirai comment tu votes.

## **4 - Dis-moi ce qui compte le plus pour toi...**

Enfin, la quatrième source de régularité dans le choix des électeurs intervient largement comme une réaction interne à la science politique face aux trois précédentes. Se développant essentiellement à compter des années 1970, elle consiste à poser que l'électeur est « rationnel », au sens où ce dernier examine les propositions des différentes forces politiques en lice lors d'une élection et vote pour celle qui lui paraît la plus favorable à ses intérêts matériels ou symboliques. Dis-moi ce qui t'importe, je te dirai comment tu votes. C'est aussi ce que l'on a appelé le vote « sur enjeux ». Cette nouvelle vision permet d'expliquer la plus grande mobilité électorale que l'on observe depuis cette époque, et la progression de nouvelles forces politiques (écologistes, extrême droite, régionalistes, etc.). Cet électeur « stratège » ou « sophistiqué » correspondrait à l'élévation du niveau général d'éducation de la population depuis 1945. Plus éduqué en moyenne, plus intéressé par la politique que ses prédécesseurs, l'électeur occidental voterait désormais pour le candidat incarnant la politique publique qu'il considère comme la meilleure pour lui ou pour le pays. Toutefois, la rationalité dont il est ici question est « myope » au sens où les électeurs ne prennent en compte que la situation économique aux alentours immédiats de l'élection (une année tout au plus, voire un semestre), sans voir des trajectoires de redressement de l'économie de plus long terme – donc en opposition éventuelle à la rationalité économique telle que la définiraient certains économistes »

Christophe Bouillaud, « Les médias : un rôle limité », *Sciences humaines*, n°236, Avril 2012

3) En vous appuyant sur le document 2, vérifiez si les déterminants ici mis en question sont vérifiés en 2007

## **Document 4 : D'autres déterminants du vote**

### ***Hommes/Femmes : De plus en plus proches...***

On se souvient qu'en 1945, les communistes français rechignaient à accorder le droit de vote aux femmes, parce qu'ils craignaient que leur vote, plus conservateur, compromette les perspectives de la gauche. À ce moment-là, ils n'avaient pas totalement tort. De fait, les femmes sont devenues des électrices comme les autres le jour où elles ont voté à gauche autant que les hommes, lors des élections législatives de 1986. La convergence des comportements électoraux des deux sexes n'a cependant pas annulé toute différence. La première d'entre elles est une moindre propension des femmes à voter pour l'extrême droite. Seconde différence, l'inégalité qui continue de prévaloir entre hommes et femmes sur le plan des rémunérations, des perspectives de carrière ou des tâches ménagères incite les femmes à voter plus pour d'autres femmes, comme en atteste une préférence pour Martine Aubry contre François Hollande lors des primaires socialistes de l'automne 2011.

### ***Religion : Catholiques à droite, musulmans à gauche***

Parmi les appartenances sociales qui continuent de modeler les choix électoraux, la religion occupe une place de choix. Cette influence est apparue très nettement lors des élections présidentielles de 2007 : 76 % des catholiques pratiquants ont opté au premier tour pour un candidat de la droite ou du centre. À titre de comparaison, 60 % des catholiques non pratiquants, mais 41 % des « sans religion » ont fait le même choix. En règle générale, si les électeurs qui se déclarent sans religion votent majoritairement à gauche, l'appartenance à la religion catholique favorise un vote de droite. Qu'en est-il pour d'autres religions ? S'agissant de l'islam, les enquêtes disponibles indiquent une relation contraire à la précédente : les musulmans de France se déclarent majoritairement à gauche, et ce dans une proportion supérieure encore aux « sans religion » (47 % contre 38 %).

### ***Jeunes/vieux : Zappeurs contre conservateurs***

Les comportements électoraux changent-ils à mesure que les années passent ? La réponse est sans nuance : oui. On peut même opposer terme à terme l'attitude des jeunes et des plus vieux sur pratiquement toutes les dimensions du vote. Les seniors ont une participation électorale bien supérieure : 60 % des 60-74 ans votent à tous les scrutins, contre environ 30 % des moins de 30 ans. Si l'on décompte les non-inscrits sur les listes électorales, ainsi que les abstentionnistes, moins d'un jeune sur deux se rend régulièrement aux urnes. L'âge renforce également la fermeté du choix électoral : en 2007, parmi les électeurs de Nicolas Sarkozy qui avaient opté pour lui depuis le début, on trouve 55 % de plus de 50 ans, contre 18 % de moins de 35 ans (les chiffres sont comparables pour Ségolène

Royal). Les jeunes électeurs se révèlent nettement plus inconstants : toujours en 2007, 31 % des moins de 35 ans ont arrêté leur choix le jour même de l'élection.

Autre effet vérifiable de l'âge : le vote à droite s'accroît nettement avec les années. Lors du premier tour des trois derniers scrutins électoraux, les 18-24 ans n'ont jamais voté à plus de 37 % pour la droite, alors que les plus de 65 ans étaient au moins 49 % à le faire. Cependant, si les seniors votent majoritairement pour la droite républicaine, les jeunes, eux, n'inclinent plus systématiquement à gauche. La chose a été vraie jusqu'aux années 1980, quand les 18-34 ans soutenaient François Mitterrand à plus de 60 %. Les années 1990 marquent cependant le début d'un *zapping* politique de la part des jeunes électeurs : ils optent massivement pour le candidat de la droite, Jacques Chirac, en 1995, se détournent des « partis de gouvernement » en 2002 (les jeunes non diplômés votent à près de 30 % pour le Front national), avant de revenir dans le giron du Parti socialiste en soutenant majoritairement Ségolène Royal en 2007 »

Xavier de la Vega, « Classes populaires, moyennes, supérieures; jeunes, vieux; hommes, femmes : Pour qui votent-ils ? », *Sciences humaines*, n°236, Avril 2012

4) En vous appuyant sur le document 2, vérifiez si les déterminants ici mis en question sont vérifiés en 2007

### **Document 5 : L'importance de l'offre politique**

« Nos idées politiques sont irriguées par de multiples influences. On ne vote jamais seul. La famille, premier lieu de formation au politique, aiguillonne fermement notre cheminement idéologique, tout au long de notre vie. Deux Français sur trois seraient ainsi des « héritiers politiques » : 46 % votent – à gauche ou à droite – comme leurs parents, chiffre auquel il faut ajouter les 20 % d'électeurs qui reproduisent la même « absence de choix » que celle de leurs parents. Quant à l'autre tiers d'électeurs, ils se positionnent aussi souvent par rapport à un conjoint, un ami charismatique, un ancien professeur admiré qui aura joué un rôle clé à un moment de leur vie...

L'origine géographique et sociale de l'électeur fait également office de « code comportemental », affectant significativement le vote. « *Dis-moi d'où tu viens, je te dirai pour qui tu votes* », disent une partie des sociologues français.

Mais ces modèles achoppent sur un point. Ils échouent à saisir les phénomènes de volatilité et d'indécision qui travaillent – de plus en plus – l'électorat. D'où le regain d'intérêt pour le « temps court » des campagnes et la réhabilitation d'un modèle ancien d'analyse, celui de l'électeur rationnel. L'électeur type serait tenté de faire son choix sur le « marché politique » comme le consommateur achète une marque de lessive.

Avec ce type d'analyse, dit « stratégique », la question de l'offre politique devient décisive. La limite de cette approche est qu'elle a tendance à faire de la campagne présidentielle un moment dominé par des logiques rationnelles. Or une campagne politique n'est évidemment pas qu'une phase de délibération et de calcul. En témoigne le niveau d'indécision des électeurs : lors du premier tour de l'élection présidentielle de 2007, près d'un quart des électeurs hésitaient encore le jour même du vote, selon l'enquête du Cevipof sur le « Panel électoral français »

Héloïse Lhérété, « L'énigme du vote », *Sciences humaines*, n°236, Avril 2012

5) Expliquez la phrase soulignée

6) Dans le document 2, listez les autres déterminants du vote

### **Document 6 : Le vote de classe**

#### ***« Classes populaires : Une droïtisation à nuancer***

21 avril 2002 : Jean-Marie Le Pen accède au second tour de l'élection présidentielle. Les sondages de sortie d'urnes révèlent que le candidat de l'extrême droite a recueilli un plus fort soutien parmi les ouvriers (24 %) et les employés (23 %) qu'au sein de l'ensemble de l'électorat (16 %).

Le désamour des classes populaires pour la gauche est indéniable. Alors qu'elle totalisait 66 % du vote ouvrier en 1988, elle n'a recueilli que 56 % de ce vote en 2002 et 45 % en 2007. Cette année-là, les ouvriers furent 56 % à choisir Nicolas Sarkozy au second tour.

Cependant, en conclure que la gauche a perdu l'électorat populaire serait cependant exagéré. En 2007, le vote cumulé pour les candidats du centre, de la droite et du Front national s'élevait à 67 % chez les commerçants et artisans, et à 65 % pour les cadres et professions intellectuelles supérieures, mais à 57 % pour les employés et « seulement » à 49 % pour les ouvriers. Les milieux populaires continuent donc de voter plus à gauche que les autres.

#### ***Classes moyennes : Toujours à gauche, mais plus dispersées***

A en juger par leur vote depuis les années 1970, le comportement électoral des classes moyennes apparaît beaucoup plus stable que celui des catégories populaires. Les classes moyennes restent globalement fidèles à la gauche. Lors des années 2000, elles se sont détournées vers des candidats d'extrême gauche ou écologistes. Le premier tour des élections présidentielles de 2007 a par ailleurs révélé que les classes moyennes pouvaient également être tentées par le centre.

#### ***Classes supérieures : L'effet patrimoine***

Les riches votent-ils à droite ? Au cours des dernières décennies, nombre d'études ont relativisé l'impact de la classe sociale sur le vote. Pourtant, le lien privilégié des cadres supérieurs à l'égard des partis du centre et de la droite semble s'être renforcé. En 2007, 69 % des cadres supérieurs ont opté pour un candidat du centre ou de la droite républicaine, contre 52 % en 1988. Depuis les travaux de Jean Capdevielle au début des années 1980, les chercheurs insistent sur une autre manière de mesurer l'impact de la richesse sur le vote : ils prennent en compte le patrimoine des électeurs. Il apparaît que plus un individu détient de patrimoine, et plus celui-ci est risqué, plus il a de chance de voter à droite. Un tel effet est déjà repérable avec la propriété immobilière. Selon une enquête d'opinion menée en janvier 2012 (Ifop), les locataires choisiraient de voter à 65 % pour François Hollande (PS) lors d'un éventuel second tour contre Nicolas Sarkozy (UMP). Les propriétaires, eux, choisissent Hollande à 52 % »

Xavier de la Vega, « Classes populaires, moyennes, supérieures; jeunes, vieux; hommes, femmes : Pour qui votent-ils ? », *Sciences humaines*, n°236, Avril 2012

7) Comment peut-on expliquer les différences de vote par « classes » ?

### **Document 7 : L'importance des médias**

« Les hommes et femmes politiques portent une attention constante à leur image médiatique. Ils semblent croire qu'une bonne prestation télévisée de leur part les fera élire. De ce fait, la professionnalisation de la communication politique depuis le milieu des années 1960 est indéniable sous la pression des politiques eux-mêmes qui cherchent à rationaliser les conditions de leur élection. Le *storytelling*, méthode consistant à raconter une histoire, captivante si possible, pour retenir l'attention de l'électeur, a été mis en évidence par le sociologue Christian Salmon à propos de l'élection présidentielle de 2007.

En fait, les électeurs ne se laissent pas si facilement manipuler, et les capacités de décryptage, de filtrage, de sélection de l'information de chacun d'entre nous ne sont nullement négligeables. En revanche, si les médias ne nous disent pas quoi penser, ils nous invitent, par leur focalisation partagée sur certains thèmes d'actualité, à quoi réfléchir. Collectivement, ils possèdent un fort pouvoir de « mise sur agenda » des thèmes de la campagne électorale. C'est la théorie l'« *agenda setting* » (fonction d'agenda), formulée par Maxwell McCombs et Donald Shaw dès les années 1970. Elle montre la capacité des médias à influencer le choix des électeurs dans la mesure où certaines forces politiques semblent plus à même de traiter un sujet particulier parce qu'elles furent les premières à en parler dans l'espace public. Dans le cas français, la focalisation des médias lors de la campagne présidentielle de 2002 sur les problèmes d'insécurité – au sens de délinquance de rue – n'a sans doute pas été sans avantager les candidats de droite et d'extrême droite dans la mesure où, depuis les années 1970, ces forces en avaient fait l'un de leurs thèmes favoris »

Christophe Bouillaud, « Les médias : un rôle limité », *Sciences humaines*, n°236, Avril 2012

8) Pourquoi les discours médiatiques des candidats ne semblent-ils pas si importants dans la décision de vote des électeurs ?

9) Pourquoi les médias ont-ils une « fonction d'agenda » ?