

14-15. Comportement Politique

Introduction au comportement politique

2 grands champs d'étude :

1. Comportement pol° conventionnel :

- Participation, choix
- Qui vote? Comment? Pourquoi?
- Questions concernant élections et votations (demo. directe)

2. Comportement pol° non conventionnel :

- Action collective (mobilisation, association...)
- Contestation/Protestation (manifestation, action directe...)
- "Nouveaux" mouvements sociaux (mouvements LGBT, pacifistes, féministes... etc)

Questions d'étude :

Conventionnel :

- expliquer montée puissance ED populiste
- classe sociale = choix partisan?
- comment et pourquoi age influence participation
- rôle émotions comportement électoral
- influence campagnes électorales sur formation opinions
- influence changements de contexte sur force électorale partis
- discipline partisane des parlementaires

N-Conventionnel :

- pourquoi certaines personnes engagées et d'autre non?
- variation formes mobilisation/protestation selon contexte et temps
-

Intro au comportement électoral

3 grands modèles d'explication du vote :

1. Ecole socio-structurelle (modèle Columbia; Lazarsfeld et al. 1944)

- Apparition des études d'opinion au début 1940-50
 - Premier modèle à utiliser études d'opinion
- => *"Une personne pense, politiquement, comme elle est socialement. Les*

caractéristiques sociales déterminent les préférences politiques"

==>

- Donc déterminant du vote = statut socio-éco, religion, lieu de résidence (-> classe soc^o)
- **Forte prédisposition** du vote en fonction du groupe d'appartenance (existant au niveau individuel malgré tt)
- Indiv. savent longtemps avant election pour qui ils vont voter
- Rôle limité des campagnes électorales (individus insensibles)
- - rôle limité des programmes des partis également

2. Ecole psycho-sociologique (modèle Michigan; Campbell et al. 1960)

- Création de **ANES** (American National Election Studies)
=> Modèle moins sociologique et axé sur l'individu et non le groupe. Relie facteurs sociaux aux facteurs psychologiques et affectifs.
- Accent sur attitudes et identification partisane (sentiment de proximité partisane (= on naît, vit, et reste démocrate))
 - ==> attachement affectif, psychologique, à priori hérité dans l'enfance et supposé se renforcer avec age
 - - proximité/sympathie pour les candidats sur un plus court terme.
- Déterminant principal du vote = loyauté à un parti => aucune remise en question des idées.
- Accent, comme modèle Columbia, sur stabilité des préférences partisans

3. Ecole du choix rationnel (modèle Rochester; Downs 1957)

- Changement de perspective : profil personnel mis en avant dans autres modèles comme facteur de vote
=> Ici, accent mis sur processus de prise de décision au niveau individuel axée sur la défense de ses propres intérêts -> bénéfices et coûts (pas nécessairement économiques) d'un vote ou d'un autre.
- "Calcul d'utilité" : quel vote va le plus me rapporter? (vote 'instrumental' ou 'utilitariste')
- 'arène électorale' == marché (homo politicus == homo economicus)
 - Exemple : sur un graphe spatial de positionnement politique, l'individu vote pour le plus proche de lui ou, un enjeu politique spécifique.
- mais : présupposition que l'individu connaissent assez bien les programmes des politiciens et connaissent même assez bien leurs propres préférences ==> critiqué pour ça

Lacunes de ces modèles classiques

- Pouvoir explicatif de plus en plus limité
- Déclin des facteurs explicatifs

- Changement de structure sociale + effondrement des clivages classiques
-> déclin des loyautés et liens traditionnels
- Aug. du niv. d'éducation
-> électorat + indépendant, plus volatile, moins manipulable.
- Montée et démocratisation des médias audiovisuels puis électroniques =
professionnalisation du marketing politique (sociétés de conseils et de campagne)
-> Campagnes beaucoup plus importantes dans le choix individuel
=> affaiblissement des facteurs déterministes de long terme (Michigan/Columbia) et
renforcement des facteurs sur le court terme
- Conception simpliste (homogène) de l'électorat
 - différence entre individus en terme de compétence politique et de motivation/intérêt
 - intérêt -> degré d'attention et de recherche d'information
 - compétence -> capacité à comprendre, capter et utiliser les messages politiques (+ traduire en actes politiques théoriques (**policies**))
 - rôle clé de ces variables dans processus de formation des opinions
- Focalisation excessive sur électeurs et insuffisante prise en compte du contexte
 - Formation des opinions a lieu dans un contexte institutionnel (type d'élection, syst electoral...) ainsi que politique ('offre' : partis, candidats, programmes...) et non dans un 'vide politique'
 - contexte influence beaucoup formation opinions et vote et importe autant qu'individualités

Développements récents de la recherche électorale

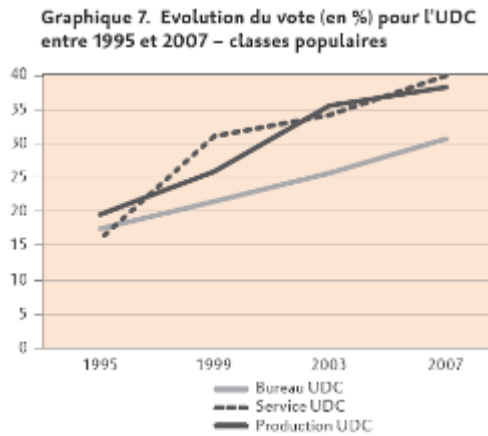
- Prise en compte des facteurs de court terme
- Prise en compte du contexte
 - institutionnel
 - offre électorale
 - campagnes électorales
- Prise en compte de l'hétérogénéité de l'électorat
 - variation dans les processus de formation des opinions en fonction de compétence et motivation des votants
- Innovation méthodo
 - Prise en compte d'effet conjoint de facteurs indiv. et facteurs contextuels
 - Méthodes expérimentales, + efficaces pour identifier liens causaux

Exemple 1 : Explication du vote UDC

Apports des modèles classiques

- Transformation du clivage politique de classes (modèle Columbia)
 - Historiquement : Classes populaires votent à gauche

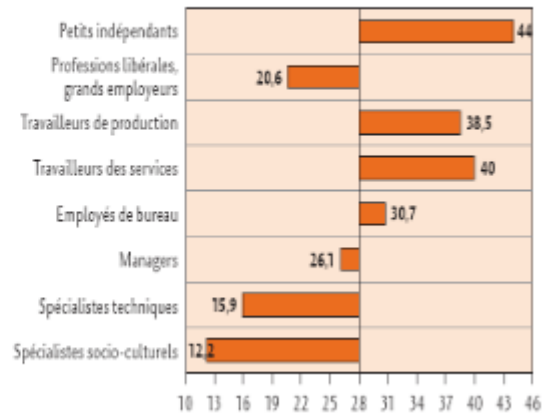
- Aujourd'hui : 'Réalignement'/transfert d'une partie des classes populaires de la gauche vers l'ED (UDC)



Graphique 1. Proportion des électeurs par classe qui ont voté pour le parti socialiste en 2007 (en %)



Graphique 3. Proportion des électeurs par classe qui ont voté pour l'UDC en 2007 (en %)

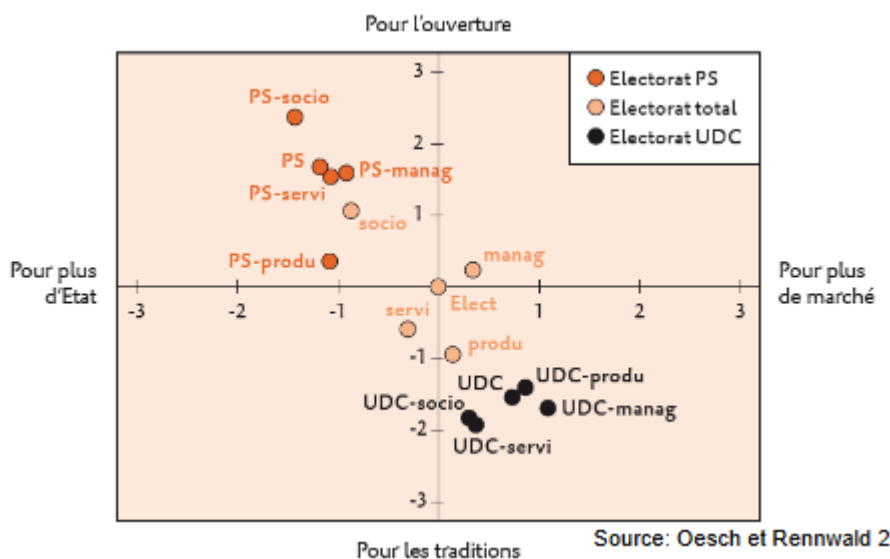


("Spécialistes socio-culturels" => "Nouvelles classes populaires" (soignants, employés sociaux, domaine culturel... etc) == base électorale du PS)

> Grand pouvoir explicatif des clivages de classe sur le vote

=> Modèle Columbia encore fonctionnel

Graphique 2 axes du positionnement moyen de l'électorat par classe sociale des partis suisses :

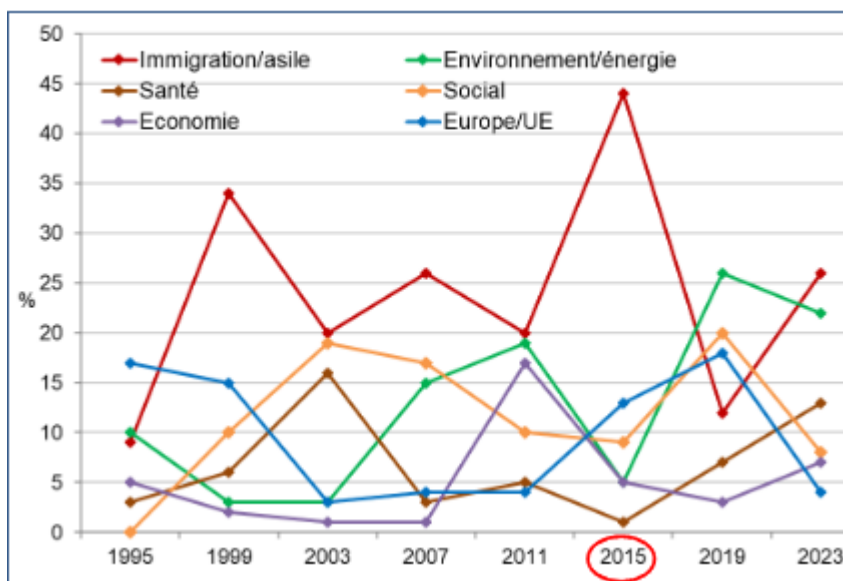


- Conclusion : transformation du clivage de classe mais toujours forte présence de celui ci

- Spécialistes socio-culturels devenus le bastion de la gauche
- Classes pop et ancienne classe moyenne devenues bastion de l'UDC

Apports des modèles plus récents

- Exemple : le vote d'enjeu
- Idées de base :
 - Vote variable en fonction des enjeux : facteurs de long terme ont perdu du poids au profit des facteurs de court terme
 - Vote 'de proximité' : l'électeurice va voter sur parti le plus proche de lui.elle sur enjeux importants
 - // vote par perception de la réputation de compétence/activité d'un parti sur un enjeu en particulier == vote selon la possession de l'enjeu ("issue ownership voting", Petrocik 1996)
 - Différence = "je suis d'accord avec un parti et je vote pour eux" // "je laisse au parti qui me semble le plus compétent le loisir de décider comment résoudre le l'enjeu"
- Vote selon possession de l'enjeu
 - "problème le + important ajd en suisse?"



-> pic de "immigration" en 2015

=> conséquence directe du printemps arabe, arrivée importante de migration en europe

MAIS, pas beaucoup en suisse, seulement discussion à ce sujet partout => eveil de craintes au sein de la société suisse

==> Capitalisation de l'UDC sur ce sujet en 2015, forte thématisation de ce sujet par l'UDC pendant la campagne :

Graphique montrant quantité d'annonces publicitaires financées par partis pendant la campagne sur l'immigration. Suisses.ses se sentent concernés par ce sujet donc

votent en majorité UDC car impression que c'est le seul parti à en parler

