



European Ph.D

on Social Representations and Communication

10TH INTERNATIONAL SUMMER SCHOOL

OF THE EUROPEAN PHD ON

SOCIAL REPRESENTATIONS & COMMUNICATION

www.europhd.psi.uniroma1.it
www.europhd.net

SOCIAL INFLUENCE AND COMMUNICATION IN THE NEW SCENARIOS OF THE INFORMATION SOCIETY

IS IT POSSIBLE TO CHANGE RISK BEHAVIOUR?

RESEARCH TRAINEES' PRESENTATIONS

UNIVERSITY OF ROME "LA SAPIENZA"

**COLONNA CASTLE, GENAZZANO – ROME (ITALY)
24TH APRIL - 3RD MAY 2004**

<http://www.europhd.psi.uniroma1.it>

Introduction

Le projet général dans lequel s'inscrit cette recherche consiste à examiner dans quelle mesure l'exercice de la citoyenneté par le vote peut être étudiée comme pratique discursive et comportementale d'un sujet social connaissant, faisant état de représentations sociales. La recherche exploratoire porte sur les liens entre les représentations sociales relatives à la politique et au vote et le comportement électoral déclaré. Le citoyen, ce "monsieur tout le monde" des sondages, y est conçu comme sujet ordinaire pas simplement sujet social moulé par ses appartenances, pas simplement électeur rationnel ou électeur consommateur légitimant l'offre électorale. Il est conçu comme sujet social pourtant, faisant appel de connaissance socialement construite, exprimée par le langage, objectivant l'environnement, l'établissant en catégories collectives lui permettant non seulement de comprendre et expliquer les faits auxquels il est confronté, mais de s'adapter, maîtriser cet environnement, élaborant une connaissance spécifique par laquelle il se positionne et exprime une identité politique.

Cet article propose d'élargir l'explication du comportement électoral traitée habituellement en sociologie électorale à une explication sur base du contenu des représentations sociales relatives à la politique et au vote. Il présente une analyse qualitative du matériel discursif produit par des jeunes électeurs à l'occasion des élections présidentielles françaises de 1995 et une analyse quantitative des liens entre des éléments de représentation sociale et le comportement électoral déclaré. La présentation se déroule en deux temps. Le premier s'attache à décrire un matériel discursif (recueilli par entretiens lors de la période préélectorale) afin de déceler les liens existants entre les R.S. relatives à la politique et celle relatives à la conduite de vote. Le second décrit les champs sémantiques associés à l'inducteur "politique", présente les résultats obtenus à différents indicateurs relatifs au comportement électoral et met en évidence des liens statistiques entre ces éléments de représentation et le comportement électoral déclaré : vote pour un candidat, vote blanc ou nul (matériel recueilli par associations verbales et questionnaires à la sortie des urnes).

Modèles explicatifs du comportement électoral

Le comportement électoral est habituellement traité par enquêtes d'opinion menées par des organismes de sondage et analysées par des chercheurs en sciences politiques de formation sociologique. Pour rendre compte de régularités empiriques entre opinions, appartenances socio-démographiques et comportements électoral des "modèles explicatifs du vote" sont évoqués (Mayer et Perrineau, 1992, 39-111) :

- le modèle sociologique du déterminisme social qui se situe dans la lignée des travaux de Columbia et du Michigan (Lazarsfeld et Al. 1944, Campbell, Kahn, 1952 ; Campbell, Gurin, Miller, 1954, Campbell, Converse, Miller, Stokes, 1960, Butler et Stokes 1974, 1979)

- les modèles de l'électeur rationnel qui conçoivent l'électeur comme stratège d'un vote d'enjeux ou comme consommateur qui envisage le processus électoral sur le modèle de l'offre et de la demande (Himmelweit et Al. 1981), ou encore comme sujet actif et autonome rendu à son libre arbitre et procédant à partir de normes personnelles à des choix stratégiques en fonction l'offre conjoncturelle et des enjeux du scrutin (Habert & Lancelot, 1988).

Ces paradigmes classiques peuvent être en effet présentés schématiquement : l'un privilégie les "causes" d'ordre structural, l'autre les "raisons" d'ordre stratégique. L'un repose sur une théorie implicite de l'électeur affilié, agent de ses appartenances, guidé par elles dans ses opinions, attitudes et comportements qui ne sont qu'expressions de celles-ci ; à ce titre son savoir a statut épistémologique de croyance, d'idéologie. L'autre repose sur une théorie implicite de l'électeur indépendant, individu rationnel opérant des choix stratégiques en fonction de ses intérêts personnels. Alors que le premier est appelé pour expliquer les régularités, les effets de variables lourdes, le second est appelé pour expliquer les irrégularités, les effets de la conjoncture et s'applique là où le vote ne s'explique pas en fonction des appartenances. A ce titre ils sont parfois présentés comme complémentaires décrivant chacun un aspect de la réalité électorale en ce qu'ils permettent de rendre compte à la fois de la stabilité structurelle et de la variabilité conjoncturelle : "*l'électeur n'est ni prisonnier du carcan des variables sociologiques ni vibrion sans attaches réagissant au gré de la conjoncture.(...) Son choix est le fruit d'un processus où se mêlent facteurs structurels et conjoncturels , à long terme et à court terme, politiques et socioculturels. Chaque élection est singulière et laisse place aux stratégies spécifiques des électeurs, à un choix rationnel. Libre à eux de voter ou de mettre dans l'urne un bulletin blanc ou nul, de préférer le candidat A ou le candidat B , d'émettre un vote pour ou contre , expressif ou instrumental "* (Mayer et Perrineau , 1992, 110-111).

Mais, derrière cette position de principe de la liberté du choix démocratique - position de principe qui peut illustrer combien dans ce domaine se recouvrent incidemment des préoccupations normatives et scientifiques - quels sont les processus qui permettent de rendre compte de ces stratégies spécifiques ? Peut-on expliquer les stratégies électorales par une rencontre entre demande privée et offre publique, à partir d'un modèle faisant l'impasse sur le sujet et ses modes d'appréhension, à la fois sociaux et cognitifs, de la réalité ? En outre, ces modèles se révèlent insuffisants à expliquer le comportement des électeurs ou même à illustrer avec nuance, les comportements électoraux lors d'une élection précise (Braud, 1994). Ils sont historiquement marqués et

© L. Baugnet - *European Ph.D. on Social Representations and Communication - Virtual Library*
importés d'autres disciplines (par exemple, des sciences économiques avec Downs, 1957 ; Key, 1966, Lafay, 1992) et reposent sur des postulats qui restent implicites concernant le fonctionnement et la nature de l'électeur (ainsi la rationalité de l' homo economicus) sans que celui-ci, ses modes de fonctionnement, ses logiques décisionnelles ne soient étudiés en tant que tels.

C'est précisément à ces logiques décisionnelles que s'attache, depuis les années 1980, le tournant cognitif de la psychologie politique aux USA. Cependant, les recherches semblent limitées, de caractère peu réaliste, peu adaptées au contexte européen (Fiske 1986, 52-53 ; Amerio, 1991, 217). Les tentatives en ce sens en psychologie cognitive (Kinder & Sears, 1985, Lau 1986, Smith 1989, Luskin 1990, Kuklinski, Luskin, et Bolland 1991, Lodge & all. 1991, Sniderman, Brody & Tetlock, 1991) se révèlent peu productives (Fiske 1986, Blondiaux 1996). Dans la "social cognition" le sujet semble étudié sur une échelle trop petite (Jervis, 1986, 335) qui envisage l'individu connaissant comme un être essentiellement tourné vers le traitement de l'information et minimise le caractère socialement construit de la connaissance (Amerio 1991, 217).

C'est en cela qu'il peut être fait appel à la psychologie sociale pour "*essayer de mieux comprendre ce qui s'enracine dans la conjugaison des "raisons" des sujets individuels et collectifs et des "causes" d'ordre structural*" (Amerio et Larrue , 1991, 208). C'est là où le recours à la psychologie sociale et au concept de représentation sociale (RS)¹ peuvent se justifier. Le vote peut être considéré comme la mise en oeuvre de représentations sociales transmises par les échanges sociaux de communication, notamment au sein des groupes socioculturels d'appartenance ou encore, en contact avec les mass-média (Moscovici, 1976). A tout le moins, le rapport à la politique, tel qu'il peut être appréhendé à partir des représentations sociales, diffère en fonction du type d'information et de sensibilisation à l'objet politique et relativement aux inscriptions sociales des individus (Moscovici 1976, Jodelet 1989). Le concept de représentation sociale peut être utilisé pour l'explication du vote dans la mesure où existe une organisation de la connaissance construite dans un contexte socioculturel et relative aux insertions sociales dynamiques liées aux positions et aux situations des individus.

Une première approche dans ce sens a été faite par Michelat & Simon (1977), Michelat, 1985) qui proposent une conceptualisation² de la liaison entre aspects sociocognitifs et comportement électoral à partir de résultats d'enquête quantitatives par

¹Désormais dans ce document, le terme de représentations sociales pourra être abrégé en R.S.

²Le propos est bien de dépasser les approches de sociologie descriptive empirique qui ont consisté notamment en France à faire état de des liens probabilistes entre indicateurs d' opinions politiques, échelles d'attitudes (de libéralisme économique, libéralisme culturel, ethnocentrisme, permissivité sexuelle etc.), auto-positionnement sur l'axe gauche/droite, variables socio-démographiques dites "lourdes" (telles que la catégorie socioprofessionnelle du père, la pratique religieuse. Ces modèles sociologiques ont connu une pertinence descriptive et un réel succès qui s'accompagnent cependant d'une faible élaboration théorique (voir notamment les enquêtes de 1978 et 1988 du CEVIPOF : Centre de la vie politique française, CNRS-FNSP)

questionnaires et entretiens. Le vote y est associé en termes de probabilités, à des organisations symboliques incluant des perceptions de l'univers politique, des attitudes, des normes et des valeurs, systèmes inégalement structurés de représentations du champs social qui ne sont pas explicitement étudiés en tant que tels mais inférés pour rendre compte des résultats. Ils identifient parmi d'autres types existants, une organisation symbolique se structurant autour de la variable de pratique religieuse qui dans ses opinions et ses attitudes privilégie la famille, le foyer, le travail et s'accompagne d'un vote orienté à droite. Bien que le comportement électoral ait été ainsi interprété en termes de systèmes d'organisation symbolique, cette proposition n'a pas jusqu'à présent donné lieu à des études spécifiques de représentations sociales.

La seconde voie d'approche que nous proposons tente d'opérationnaliser les représentations sociales à partir de méthodes de recueil du contenu d'une représentation notamment à partir des techniques interrogatives classiques : entretien, questionnaire et des techniques associatives : associations libres sur mots inducteurs (Abric 1994). Les représentations sont étudiées en termes de contenu et mises en relation avec la conduite électorale. On s'intéresse plus particulièrement aux fonctions identitaires des R.S. et aux aspects symboliques de la conduite électorale.

Les R.S. construites socialement et culturellement au sein des groupes assurent une fonction de connaissance telle quelle a pu être mise en évidence à partir du processus d'objectivation (Moscovici 1961), une fonction de guide des conduites (Abric 1994). Ce sont ces fonctions de savoir et d'orientation des conduites qui ont principalement retenu l'attention des chercheurs et ont été étudiées au dépend de leurs fonctions identitaires, présentées comme simples corollaires des R.S. C'est en tant que les R.S. supposent des mécanismes d'élaboration du réel par les groupes qu'elles expriment en même temps qu'elles infléchissent les rapports sociaux, en tant qu'elles sont médiation entre l'individu, le groupe et le milieu et permettent d'agir sur et avec autrui, de se situer à son égard, que ces constructions de la réalité à finalité sociale, ont des fonctions identitaires : caractériser le groupe pour l'extérieur, exprimer son identité.

Les fonctions identitaires mentionnées sont :

- d'assurer la définition et l'expression de l'identité des individus et des groupes : en ce qu'elles organisent l'environnement, les communications et les conduites sociales les R.S. permettent aux individus et aux groupes de s'exprimer et d'agir (Jodelet 1984, 1989)

- d'exprimer le groupe en son contour, le définir dans sa spécificité : les représentations étant partagées, collectives, elles caractérisent le groupe pour l'extérieur, expriment son identité (Jodelet 1984, 1989) et permettent de situer les individus et les groupes dans le champs social

- de rendre compte de l'élaboration d'une identité sociale et personnelle gratifiante, c'est à dire compatible avec le système de normes et de valeurs socialement et historiquement déterminé (Mugny, Curagati, 1985, 183).

En somme, elles permettent aux individus et aux groupes de se dire et se montrer, d'être entendus et identifiés, de maintenir un lien, une existence sociale et une identité sociale positive.

Les représentations s'établissant à travers le langage assurent une fonction d'identification, permettent "l'interprétation des conflits intrapsychiques et sociaux en rendant possible leur transition vers le champs des échanges symboliques, dans la mesure où elle (la représentation) est modifiable par le processus de communication" (Kaes, 1976, 105). Les représentations sont des matrices des identifications qui fournissent des repères identificatoires aux sujets (Kaes, 1989, 100).

En outre, les représentations délimitent les frontières de l'appartenance au groupe et les relations intergroupes. Les représentations sociales peuvent être définies comme "principes générateurs de prises de position liées à des insertions spécifiques dans un ensemble de rapports sociaux et comme principes organisant les processus symboliques intervenant dans les rapports sociaux" (Doise, 1990, 125). On peut concevoir qu'elles permettent de rendre compte de l'identité comme appropriation symbolique où sont liées dynamiques sociales et dynamiques cognitives individuelles (Baugnet, 1988,1993,1994, 1996). Dans la mesure où les RS sont conçues comme mode particulier de penser et de se représenter la société dans laquelle la connaissance et l'évaluation, les faits et les valeurs sont liés (Moscovici, 1976 ; Jodelet 1989) nous disposons d'une conceptualisation qui permet de concevoir une liaison entre l'organisation de la connaissance et les conduites sociales symboliques (Doise, 1990) telles celle du vote.

La conduite électorale

L'exercice du vote qui proclame le credo démocratique en rendant prégnante l'appartenance à l'État, la condition de citoyen, indique une identification politique, à double titre : dans le fait d'élire un candidat (contenu) et dans le fait d'exercer sa citoyenneté (forme symbolique). Ainsi, signification du vote déborde le simple choix d'un candidat comme Président. La conduite électorale rend compte du pouvoir de légitimation par le citoyen. Voter pour un candidat sans savoir s'il sera ou non élu c'est lui conférer une légitimité potentielle qui ne sera confirmée qu'avec les résultats du suffrage universel qui légitimise le candidat élu comme Président. Ne pas choisir de candidat par exemple en votant blanc ou nul, c'est se positionner, se situer par rapport à cette légitimation. Voter blanc ou nul, cela peut vouloir signifier que l'on ne considère aucun des candidats présents comme digne d'être président potentiel, et du même coup, que l'on utilise ce droit accordé par un refus de légitimation, affirmant au bout du compte ce pouvoir de légitimation

exercé par chaque individu. C'est aussi, faire en sorte que s'exprime une dissidence face au système lui-même. Il ne s'agit plus de simplement prendre position, en soutenant l'un, en s'opposant à l'autre, il s'agit de renvoyer dos à dos les candidats de tout bord et par là même, démocratiquement, de contester non la forme (dans la mesure où il y a vote) mais le contenu (le vote ne s'exerce pas pour un candidat mais manifeste l'opposition de l'électeur aux candidats). La participation des citoyens au vote peut être considérée comme indicateur d'une adhésion aux modes institutionnels de participation (Mayer op.cit.) ou comme rituel symbolique (Braud, 1980). La question des aspects symboliques du vote est vaste et reste peu abordée. Nous n'en traiterons ici que pour caractériser notre approche en la différenciant d'autres. Habituellement on entend par aspects symboliques certains aspects figuratifs aux résonances analogiques : l'urne, l'isoloir, ou telle figure emblématique (Marianne sur les affiches), les symboles distinctifs ou corporate des partis (ex. la rose socialiste), ou encore leur couleur (le bleu, le rouge, le vert). Nous ne nous sommes pas proposés de traiter des symboles politiques par inventaire à la façon d'un Dictionnaire des symboles. D'abord parce que procéder ainsi nous semblait relever d'une approche abstraite guidée par des analogies voire des amalgames qui, isolant le symbole de la fonction sociale qu'il remplit dans le discours ne permettait pas de replacer ces symboles dans leur processus psychosociaux de production. Du point de vue de la méthode cela reviendrait à affirmer une homologie de structure formelle entre - et du même coup de court-circuiter - le fait social et le fait sémiologique, ce qui est le propre de la fonction symbolique. Nous proposons de considérer le vote comme pratique symbolique relative aux représentations sociales en rappelant la propriété symbolique de celles-ci. Si la représentation tient lieu, a fonction d'expression, d'évocation, elle est aussi lien social permettant de se reconnaître, de participer, de se rallier et contribue à l'ordonnement social³. La pratique civique du vote est enfin donatrice de sens, tel un rituel en accord avec les règles institutionnelles et à tel titre légitimateur. L'aspect symbolique du vote relève de ces propriétés conjointes. Voter c'est tout cela et en cela traduit la citoyenneté cette forme complexe d'identité par laquelle le sujet se reconnaît comme membre de la société civile ou plus exactement par laquelle le membre de la société se reconnaît comme sujet citoyen.

On s'attend à ce que les logiques électorales diffèrent selon qu'il s'agit du premier ou au second tour. Une logique de préférence est dite régir habituellement le vote du premier tour et faire place, au second tour, à une logique du vote utile (Braud 1990, 290).

L'article se propose à présent d'examiner, à partir de la présentation d'une enquête que nous avons menée, les représentations relatives à la politique, aux candidats, au vote et les liens entre différents éléments de représentation et la conduite électorale déclarée.

³Cfr. la métaphore des quatres L (Jodelet 1989, 386-387)

Nous formulons comme hypothèse générale que les représentations sociales relatives à la politique et au vote orientent, justifient le comportement électoral. Cette hypothèse générale sera examinée de deux manières :

- par la présentation descriptive d'un matériel discursif recueilli par entretiens afin de déceler les liens existants entre les RS relatives à la politique et celles relatives au vote .
- par la présentation de croisements statistiques entre champs sémantiques associés relatifs à l'inducteur "politique", les réponses au questionnaire et le type de vote déclaré (choix d'un candidat, vote blanc, vote nul).

Procédure et méthode:

Nous avons choisi de procéder à cet examen lors des élections présidentielles d'avril 1995. Les élections présidentielles sont considérées comme la clef de voûte des institutions de la V^e République. Les sondages indiquent que ce sont celles par lesquelles les électeurs se sentent les plus concernés, ils les considèrent comme les plus importantes, elles sont aussi les plus mobilisatrices (Mayer, Perrineau, 1992, 93). On peut dès lors s'attendre à ce que le contexte rende plus particulièrement prégnant l'univers de représentation relatif à la politique. Les mois qui précèdent les élections, la vie politique, les discours médiatiques, l'actualité sociale, économique, sont sous-tendus par l'échéance, ponctués par l'annonce des candidatures et le déroulement de la campagne. Cette période préélectorale se traduit par une activation des représentations relatives au domaine politique en général et électoral en particulier. Ces "canaux" de la communication politique, que constituent les médias prennent grande part dans ce processus de constitutions des représentations. En faisant de la campagne leur sujet régulier de prédilection ils entretiennent la construction des représentations relatives aux élections, expriment leur histoire, en font jour les principes organisateurs.

L'enquête comporte donc deux volets distincts : l'un par entretiens lors de la période préélectorale, l'autre par questionnaires débutant par une épreuve d'associations verbales, présentés à l'issue du vote à la sortie des urnes à chacun des deux tours du scrutin.

Ainsi, pendant les 4 mois qui ont précédé les élections⁴, il a été procédé à trois salves d'entretiens semi-directifs de recherche qui ont permis de recueillir 85 entretiens de jeunes qui portaient sur la politique en général, les hommes politiques, le rôle des médias, les attentes vis à vis des candidats, les critères de choix afin de mettre en évidence les champs de représentation relatifs au politique, aux candidats, au vote⁵.

A la sortie des urnes, à chacun des 2 tours du scrutin, la passation en face à face d'une épreuve d'associations verbales suivie d'un questionnaire, auprès de 300 jeunes a

⁴De fin décembre 1994 à fin mars 1995

⁵La passation des entretiens et des questionnaires a été réalisée par des étudiants en psychologie sociale formés à la méthodologie de l'enquête par entretiens et questionnaires.

permis d'élucider le type de comportement électoral : choix d' un candidat spécifique, vote blanc, vote nul⁵.

L'entretien, le questionnaire et les associations libres ont été choisis comme mode de production de discours propice à l'étude des représentations (Abric 1994, Baugnet, 1993, 1994). L' étude du contenu des RS a été opérationnalisée par une épreuve d' associations verbales au mot inducteur POLITIQUE (5 associations demandées) permettant de mettre en évidence les champs sémantiques relatifs au terme inducteur. Le questionnaire comporte un indicateur relatif à l'intérêt pour la politique, sur le type de vote (blanc, nul, pour un candidat), des choix électoraux (candidat), les raisons principales pour lesquelles le sujet a été voter⁶.

Participants:

La population d'enquête est celle de jeunes de 18 à 24 ans en région picarde qui font leur entrée comme électoral en votant pour le première fois pour un président. Les échantillons indépendants (n1=85, n2= 300, n3= 300) sont constitués d'étudiants principalement des trois premières années du cycle supérieur à l' université, en IUT , IUP, BTS , de bacheliers, de jeunes travailleurs et jeunes chômeurs. Il s'agit d'échantillons diversifiés sur base des statuts, étudiants, sans emploi, travailleurs en tenant compte du niveau et de l'orientation des études et des CSP des parents⁷.

⁶Dans le cadre de cet article nous ne faisons état que d'une partie de l'analyse des entretiens et d'une partie des indicateurs du questionnaire pour nous focaliser sur la descriptions des RS relatives à la politique et au vote et sur les liens entre RS et conduite électoral. L'article en effet s'inscrit dans une perspective plus plus vaste où sont développés les liens entre RS, appartenances socio-culturelles, valeurs enjeux , attributs des candidats, positionnement sur l'axe gauche/droite qui a fait l'objet d'une Communication présentée lors de la Conférence internationale sur les représentations sociales(1996 , Aix en Provence).

⁷**Caractéristiques socio-démographiques des échantillons :** (répartition en %)

| | pré-élect n1=85 | tour 1 n2=300 | tour 2 n3=300 |
|--|--------------------|------------------|------------------|
| statuts : | | | |
| étudiants | 52 | 53 | 52 |
| sans emploi | 13 | 10 | 12 |
| travailleurs | 32 | 34 | 31 |
| autre | 03 | 03 | 05 |
| dernier diplôme obtenu : | | | |
| sans diplôme | 02 | 02 | 02 |
| brevet | 07 | 07 | 08 |
| BEPC | 08 | 08 | 07 |
| CAP | 13 | 13 | 12 |
| BAC | 35 | 34 | 35 |
| DEUG | 15 | 15 | 15 |
| IUT | 01 | 01 | 00 |
| DUT et BTS | 07 | 07 | 08 |
| Études paramédicales et sociales | 05 | 07 | 05 |
| maîtrise | 05 | 05 | 06 |
| Troisième cycle | 02 | 03 | 02 |
| CSP du père/de la mère : | | | |
| Agriculteur exploitant | 06/04 | 05/04 | 06/04 |
| Artisan, commerçant, chef d'entreprise | 11/05 | 10/04 | 12/09 |
| cadre.profession intellectuelle supérieure | 19/10 | 19/10 | 20/10 |
| Profession intermédiaire | 16/18 | 18/17 | 17/18 |

Ce type d'échantillonnage diversifié et non représentatif répond à notre perspective exploratoire⁸.

L'analyse comprend trois phases qui seront successivement présentées.

La première traite le corpus des entretiens par analyse de contenu thématique classique afin de rendre compte de l'organisation de ces faits de parole du point de vue de l'articulation des thèmes entre eux (organisation verticale) et d'un point de vue descriptif quantitatif (organisation transversale) et ce selon deux thématiques principales : les représentations relatives à la politique, aux élections, aux candidats, l'importance de l'exercice de la citoyenneté par le vote

La seconde porte sur les associations libres au mot POLITIQUE dont les contenus littéraux ont été classés à posteriori en catégories thématiques dont l'importance relative est appréciée en terme de distribution des fréquences⁹.

La troisième sur le croisement (tableau de contingence et chi-carré) entre les catégories thématiques associées au terme POLITIQUE, le comportement électoral (choix d'un candidat, vote blanc et nul), les indicateurs du questionnaire relatifs à la politique et le comportement électoral¹⁰.

Résultats :

Analyse des entretiens :

Un thème transversal commun aux entretiens porte sur la politique, les hommes politiques, les élections, les candidats. Il fait état d'un certain état de crise du politique. Il s'agit moins d'un désintérêt pour la politique que d'un certain dépit, une désillusion, une dérision amère, pouvant aller jusqu'au déni du politique.

| | | | |
|-----------------|-------|-------|-------|
| employé | 16/25 | 14/21 | 15/25 |
| ouvrier | 24/06 | 24/10 | 25/05 |
| autre, au foyer | 08/32 | 10/34 | 05/29 |

N.B. Les croisements (Chi-carré) entre ces variables et le comportement de vote déclaré aux deux tours sont non significatifs.

⁸En dépit de son caractère diversifié sur les critères énoncés, un biais rémanent au procédé est bien évidemment celui introduit par la sélection qui s'opère selon que le répondant potentiel accepte ou non de répondre. Faire état ou non de ce que l'on pense de la politique, de pour qui on a voté tient à de nombreuses conditions : intérêt pour le sujet, sentiment de compétence ou de parole à dire, ou à l'inverse, crainte d'être identifié à propos d'un sujet tabou laissé à la liberté du privé, inquiétudes sociales d'être entendu par d'autres alors que l'on est à la sortie d'un bureau vote, dans un endroit public.

⁹Les analyses de contenu opérées successivement sur le corpus des entretiens et sur le corpus des associations verbales à chacun des deux tours reposent sur l'expertise de l'auteur à extraire en les dimensions significatives. Elles ont été établies a posteriori, compte tenu des particularités des corpus et des objectifs d'investigation. La procédure d'élaboration des catégories thématiques respecte les critères techniques d'homogénéité, exhaustivité, exclusivité, pertinence, objectivation et fidélité du classement. La fidélité du classement a été appréciée à partir du kappa de Cohen. Nous pouvons signaler qu'une analyse globale du corpus des entretiens par le logiciel ALCESTE non présentée dans le cadre de cet article a été par ailleurs réalisée. Elle conforte la répartition des contenus selon les classes : classe politique, vote.

¹⁰Il n'y a donc pas de mise en relation directe des résultats des entretiens avec le comportement électoral déclaré à la sortie des urnes. Ceux-ci sont plutôt considérés comme arrière-plan qui s'attache à mettre en évidence les représentations relatives à la classe politique et à la pratique du vote alors que les autres résultats permettent d'établir les liens entre associations verbales, indicateurs et comportement électoral.

• *Je trouve qu'il n'y a plus tellement de politique, que la politique elle n'existe pas vraiment . Cela devient de plus en plus une affaire personnelle et individuelle des gens au pouvoir qu'une politique collective et sociale. En ce moment et encore plus avec les présidentielles qui arrivent il n'y a pas vraiment de politique en soi , il n'y a pas de propositions valables politiquement parlant ¹¹ .*

.Une image de la politique qui est assez grotesque, c'est euh, l'image qu'on a pu voir de temps en temps à la télé, c'est l'image des politiques qui dorment à l'Assemblée Nationale le mercredi après-midi. Je trouve que c'est complètement aberrant de voir des gens endormis dans l'Assemblée Nationale, et de se dire que finalement le pays est dirigé en partie par ces gens-là. Je trouve ça représentatif, d'abord de la politique en France, et puis euh , tellement gros que ça fait rire quelque part quoi ! ¹²

.Pour moi, la politique ça fait référence à quelque chose d'assez négatif dans l'ensemble¹³ .

.C'est insignifiant, ça n'existe pas, voilà ¹⁴

De la politique aux hommes politiques la liaison est immédiate et donne lieu à d'importants développements relatifs à une crise de la représentation politique. Les interviews illustrent le manque à être, et le manque à faire des hommes politiques jugés défavorablement par les jeunes.

.Les hommes politiques, enfin je pense que pour moi, ils n'ont pas tellement de valeur , on dirait plutôt une bande de clowns qui se battent pour un premier prix, pour la présidence. Ils sont pas sérieux, quoi ! Regarde, par exemple Balladur, il est venu à Amiens, la semaine dernière puis Chirac, il est venu hier ; il est venu visiter la cathédrale, il a parlé à De Robien. On a vu ça à la télé tout à l'heure. (silence) C'est des clowns, quoi ! Ils font ces visites pour que les gens disent : "tiens, ils sont près de la population tout ça, ils s'intéressent euh! alors qu'en fait, ils veulent juste être présidents, c'est tout ! Tout ce qu'ils disent, ils ne le font pas, quoi ! ¹⁵

Les discours rendent compte d' une perte de crédibilité des hommes politiques dont l'image négative peut se décliner sur trois dimensions principales.

La première traite de l'incapacité des hommes politiques à répondre aux enjeux, notamment à résoudre le chômage. Demande politique et la demande sociale vont de paire. Le discours associe politique et société dans une même négativité. Le jugement des hommes politiques prend tout son sens par rapport à celui d' une société française en crise, où rien ne va et où des incertitudes existent par rapport à l'avenir. Les jeunes se sentent menacés de ne pas avoir une vie "normale"; leurs perspectives de vie leur apparaissent comme étant disqualifiées par l' inefficacité des politiques .

¹¹Etudiant BTS, 20 ans, père employé, mère institutrice.

¹²Etudiant en géographie, 21 ans , père employé de bureau, mère au foyer.

¹³Bachelière, 18 ans et demi, souhaite aller à la Fac, père ouvrier, mère aide-soignante

¹⁴Etudiant en sciences, 23 ans, père technico-commercial, mère pharmacienne.

¹⁵Etudiant en IUT, 22 ans, père employé et mère au chômage longue durée

. Évidemment ils font quelques trucs mais ils ne traitent pas les réels problèmes , quoi! Ils font de petites réformes mais ils n'attaquent pas les problèmes de front. Ils ne les attaquent pas , ils les survolent. ils font de petites réformes par ci , par là mais en fait il y a toujours autant de chômage qu'avant¹⁶

.Ils ne font rien pour la France. Ou parfois, ils font semblant de faire quelque chose pour cacher qu'ils ont rien à foutre. Dans tous les discours, ils disent tous qu'ils vont baisser le taux de chômage, qu'ils vont réduire les inégalités sociales. Ils disent tous ça parce qu'ils savent que les gens sont touchés par ça, ça fait partie de leur vie quotidienne. Et le gouvernement est bien content d'avoir pu faire croire n'importe quoi aux français.¹⁷

.Quelque part on se dit que c'est pas possible d'avoir connu ce qu'on a connu, la société de consommation, et puis maintenant de retomber dans la misère.¹⁸

La seconde est une dimension éthique. L'image négative se réfère à une corruption des hommes politiques, à leur trahison de l'intérêt public pour un intérêt privé. La corruption n'est pas seulement une déviance accidentelle qui serait le fait d'une ou l'autre exception personnelle, plus fondamentalement elle s'applique à la classe politique en tant que telle, servant ses intérêts économiques personnels plutôt que les intérêts sociaux et politiques de ceux qui s'expriment.

.Euh, ça me fait penser d'abord euh à la corruption des politiques, à l'égoïsme des politiques dans le sens où chaque politique promet euh un monde meilleur si on peut dire ; ils font des projets pour améliorer la vie sociale et puis en fin de compte, une fois qu'ils sont élus, on s'aperçoit qu'ils ne font pas grand-chose et oublient bien vite leurs promesses¹⁹

.Sinon, ce qui me scandalise aussi, c'est la corruption des politiques par rapport euh, par rapport à tous les domaines : domaine judiciaire...²⁰

.Ils ne pensent qu'à leur poche.²¹

.En attendant, ils voyagent sans rien payer, ou plutôt ils voyagent, vont à l'hôtel sur le dos des français, des contribuables. Tu vois, tout n'est que de la magouille. La France, elle est foutue on est que des machines à sous, sur lesquelles les hommes politiques s'appuient quand ils ont besoin d'argent, pour leur intérêt et pour leur magouille. Mais nous quand on a besoin d'argent pour la fac, pour les Bourses, ils sont pas là, ils ont du mal à déboursier. Il ne faudrait pas reprendre leur sous. Ca leur fait mal ça²².

¹⁶Etudiante en sociologie, 21 ans, père et mère commerçants

¹⁷Salarié saisonnier, 20 ans, père cheminot, mère au foyer.

¹⁸Etudiant BTS PME-PPI, 20 ans, père ouvrier au chômage, mère employée de service

¹⁹Bachelière, 18 ans et demi , souhaite aller à la Fac, père ouvrier , mère aide-soignante.

²⁰Etudiante en L.E.A., 23 ans, père ouvrier, mère secrétaire-dactylo, militante UNEF

²¹ Salarié saisonnier, 20 ans, père cheminot, mère au foyer

²²Etudiante en psychologie, 22 ans , père agent de maîtrise, mère employée.

La troisième est une dimension sociale. Il y est exprimé que les hommes politiques sont distants et ignorants des problèmes des gens, ils ne leur parlent pas, ne les écoutent pas, ne les reconnaissent pas, n'en tiennent pas compte et à ce titre ils ne méritent de confiance.

.Les hommes politiques, ils s'en foutent de la France, de son gouvernement (silence). Ça a toujours été comme ça. Tu trouves qu'ils changent quelque chose toi, à la France ? Tout ceux qui croient ça, ils se trompent, ou plutôt ils sont naïfs. Moi, je sais que c'est faux. A chaque campagne tous les partis qui se présentent, ils ont les même discours. Je t'assure, t'as qu'à les écouter. Ils te prennent pour un con. Ils essaient juste de te manipuler : "Votez pour moi, je vais faire ça" l'autre parti qui dit "votiez pour moi, vous regretterez pas, je suis le meilleur, je vais faire des choses biens. Tu parles, c'est que des conneries ! (silence). Ils ne pensent qu'à leur poche. Ils ne font rien pour la France. Ou parfois, ils font semblant de faire quelque chose pour cacher qu'ils ont rien à foutre. Dans tous les discours, ils disent tous qu'ils vont baisser le taux de chômage, qu'ils vont réduire les inégalités sociales. Ils disent tous ça parce qu'ils savent que les gens sont touchés par ça, ça fait partie de leur vie quotidienne. Et le gouvernement est bien content d'avoir pu faire croire n'importe quoi aux français." ²³

.Les hommes politiques, pour moi, je vois ça comme du spectacle ! (rire) C'est marrant à dire...mais pour moi, c'est plutôt du spectacle. A travers les hommes politiques j'entends des discours, ..., pour moi, c'est abstrait, c'est pas vraiment quelque chose de concret. On ne se sent pas vraiment concerné, ce sont des discours un peu comme ça ..., c'est un petit peu pour moi surréaliste. J'ai l'impression qu'ils ne sont pas au courant des vrais problèmes, ils ne parlent pas vraiment avec des mots tout à fait concrets Pour moi, c'est abstrait quoi ! C'est quelque chose qui n'est pas vraiment en contact avec la réalité"²⁴.

Les critiques sont amères ou violentes, teintées d'ironie ou de mépris, illustrées d'exemples qui ont fonction argumentatrice et justificatrice des contradictions entre la réalité et l'idéal, entre leurs actes et leurs fonctions, entre leurs actes et leurs paroles.

Synthèse transitoire : les caractères du discours :

Les discours sont à la fois globalisants, stéréotypés ; les hommes politiques sont pris comme un tout : tous les mêmes, et identifiés, personnalisés : on cite untel nommé comme prototype de ce que sont les politiques, de ce qu'est la politique. On assiste à un processus d'accusation des hommes politiques, dont les manquements à leur rôle, à leur fonction : incompetence, intérêt privé et non public, sont dévoilés. Ils ne sont pas attentifs à nos intérêts mais aux leurs. Ils ne sont pas de vrais démocrates ne respectent pas les valeurs républicaines notamment d'égalité et de fraternité. Il y a dissociation entre électeur et l'élu là où devrait être représentativité, délégation, confiance. Ils ne correspondent pas à

²³Salarié saisonnier, 20 ans, père cheminot, mère au foyer.

²⁴ Etudiante en psychologie, 20 ans, parents instituteurs

ce que l'on attend d'eux. L'association homme politique et corruption, intérêt personnel exprime une altération de la substance même du politique, en traduit la négativité, exprime aussi une certaine décomposition du lien social. C'est un discours qui traduit l'absence de communication, la distance sociale manifeste. C'est un discours qui traduit la différence : les hommes politiques n'ont pas les mêmes règles ni les mêmes intérêts et ne représentent plus ceux dont ils sont les représentants. Ils constituent une classe lointaine en perte de légitimité. Privilégiés, ils sont déviants par rapport à société, alors qu'ils devraient en être l'expression. Ils incarnent une déviance morale et comportementale qui s'inscrit dans un cadre institutionnalisé. Il n'est question que de distance, de différence, d'opposition, entre les politiques et la demande collective telle qu'elle est exprimée par les jeunes. C'est un discours de la contradiction entre actes et paroles, entre promesses et réalisations, entre fonction et conduites. Les représentants élus démocratiquement par le vote ne représentent plus qu'eux mêmes.

On pourrait s'attendre à ce que cette crise de la représentation touche le principe même de la représentation, en fait c'est l'image des représentants qui est mise en cause par les jeunes qui s'érigent en juges de leurs actions au nom même du principe. En effet, articulée (analyse verticale) à cette image négative s'exprime une croyance quant au pouvoir et au rôle des hommes politiques tant sur le plan interne, national - dans le secteur de l'emploi et de l'économie notamment-, que sur le plan externe, -international dans les conflits-, et une certaine idéalisation de leur fonction tournée vers l'intérêt général.

Faisant suite à ce type de discours où les politiques sont pris en flagrant délit de manque à être, d'absence de responsabilité où la désapprobation des pratiques en cours donne lieu à une perte de crédibilité, s'engage, en deuxième partie de l'entretien, une thématique sur l'importance du vote par lequel le sujet entend réagir et se manifester.

Le thème de l'exercice de la citoyenneté par l'acte de vote :

Voter c'est nécessaire, c'est agir comme acteur social, faire valoir ce que l'on pense.

*.Mauvaise passe, je pense que c'est autrement important d'aller voter et de faire valoir ce que l'on pense...*²⁵

.Oui, j'irai voter aux élections et même plutôt deux fois qu'une ! ²⁶

Voter c'est important, c'est un devoir et un droit.

.Voter c'est un devoir, un devoir moral, et ceux qui ne votent pas c'est qu'ils n'écoutent pas leur morale, et c'est pas bien ! Quand on voit tout ceux qui se sont fait tuer pendant la révolution pour avoir ce droit, il me semble qu'il soit normal d'aller voter. Il faut que tout le monde aille voter, sinon, c'est

²⁵Étudiant en IUP, 20 ans, père et mère au chômage.

²⁶Étudiant BTS PME-PMI, 20 ans, père ouvrier au chômage, mère employée de service.

*qu'ils ont pas de conscience, même, s'ils n'ont pas d'avis, qu'ils votent "blanc" au moins ! Au moins qu'ils se manifestent parce que ne pas voter c'est une lâcheté, une paresse, une lâcheté au sens où ils ne veulent pas se fatiguer à réfléchir sur telle personne politique.... je pense que les gens qui ne veulent pas voter, ce sont des révoltés qui pensent s'affirmer en tant que tel, qui vont faire leur petite révolution dans leur coin. Moi, je pense plutôt qu'ils s'abaissent quand ils ne vont pas voter. Pour moi, voter, c'est prendre la responsabilité de son pays (silence) "*²⁷

Voter c'est pratiquer la démocratie et agir comme sujet politique.

*.Je vais voter parce que je trouve que... des personnes euh... ont donné leur vie pour que nous, on ait ce droit, que le peuple ait droit à la parole, je trouve que c'est quelque chose euh, c'est une base je crois dans une nation, le droit de vote ; c'est un droit fondamental je pense je vais voter parce que je trouve que... des personnes euh... ont donné leur vie pour que nous, on ait ce droit, que le peuple ait droit à la parole, je trouve que c'est quelque chose euh, c'est une base je crois dans une nation, le droit de vote ; c'est un droit fondamental je pense.*²⁸

Voter c'est participer, se faire entendre.

*.Au niveau du choix, on ne peut pas encore savoir, déjà, on ne sait pas encore qui se présente, et j'estime ne pas être politiquement militante. Je ne suis pas du tout militante. Moi quand je vote, je sais pertinemment qu'il y en a pour qui je ne voterais pas mais, au niveau du choix, à l'heure actuelle, j'estime qu'il n'y a pas de propositions pour qu'un choix puisse se faire au niveau des présidentielles.*²⁹

*.Voilà, sinon, concernant le vote en question, je vais voter, mais je voterai blanc parce que, premièrement, il n'y a aucun homme politique qui m'intéresse, surtout les grands projets qu'ils annoncent à la télé : "je vais faire ça pour le chômage, je vais faire telle ou telle chose pour faire baisser le chômage, pour accroître les emplois, pour..." j'y crois pas trop quoi. Y à tellement de... en fait, ils ne tiennent pas leurs promesses... C'est assez difficile à expliquer, mais c'est facile à comprendre quoi... (rires.)"*³⁰

*.Je vote pour les écolos, mais je sais très bien qu'ils ne seront pas élus. C'est pas contradictoire, je vote pour eux quand même, parce que j'adhère à leurs idées, quoi ! Pour moi voter c'est adhérer aux idées d'un parti, c'est partager les mêmes convictions....En fait, mon but n'est pas de gagner, mais de participer un peu, c'est affirmer en fait une idée et c'est aussi m'opposer à un parti très fort dont je ne partage pas les idées. Voter pour moi c'est un espoir. Même si je sais que pour les élections là, les écolos ne vont pas être élus, j'espère qu'ils vont prendre de l'importance pour l'avenir. Je vote parce que je me sens concernée par l'avenir du pays.*³¹

²⁷ Etudiante en Sociologie , 21ans, père et mère commerçants.

²⁸ Bachelière, 18 ans et demi , souhaite aller à la Fac, père ouvrier , mère aide-soignante.

²⁹ Etudiante en Psychologie , 22ans, père et mère instituteurs.

³⁰ Etudiante en Sociologie , 21 ans père et mère commerçants.

³¹ Etudiante en L.E.A., 23 ans , père ouvrier, mère aide soignante.

Celui qui parle ne le fait pas seulement au nom de lui même mais au nom de tous les jeunes, il ne représente pas que lui même mais une collectivité.

.C'est quand même eux (les jeunes) qui vont créer le pays, c'est la population active de demain, ce serait normal, qu'ils soient concernés. A la rigueur, la tranche 40-50 ans, ils ont plus rien à faire, leur vie est faite, ils ont leur boulot, ils ont tout ce qu'il faut, donc à la rigueur ils devraient être moins concernés que nous, alors qu'il y a des jeunes qui vont même pas voter, qui n'ont même pas leur carte qui n'ont rien, c'est malheureux !S'inscrire et voter, c'est normal, quoi ! ça me semblerait bizarre d'avoir l'âge de voter et de ne pas voter.³²

Cette appartenance à l'âge et au statut de jeune s'exprime comme appartenance à une classe jeune, par exemple dans l'opposition "aux vieux" ou comme mouvement social.

.Je crois qu'il pourra y avoir une révolte dans les années qui viendront. Les gens en ont de plus en plus marre, tu vois les classes moyennes, les gens que je connais y a un ras-le-bol qui commence à se faire de plus en plus grand, et je crois que, un jour ou l'autre, ça va éclater. Je crois qu'on ne pourra pas échapper à ça. Il y aura une révolution prochaine, dans les années qui viendront , parce que , au bout d'un moment, ce sera plus possible de continuer à se laisser faire comme on se laisse faire. Et je pense qu'il y aura quelque chose, qui pourrait venir des jeunes, des jeunes et de toutes les classes qui sont opprimées par le patronat. Moi, je pense que ça viendra de là et je pense qu'on en est arrivé à une telle situation sociale que je pense que ça sera l'unique remède pour rééquilibrer le social, si on peut dire, parce que je pense que ça, c'est une utopie aussi , on parle toujours de l' égalité entre les êtres humains, mais ça par rapport au domaine social, ce sera jamais atteint, cet objectif.³³

Synthèse transitoire :

L'analyse verticale des entretiens indique que les discours qui font état d'un procès de la classe politique s'accompagnent d'une détermination à voter. Le discours dénonce l'incivisme des hommes politiques qui ont failli à leurs fonctions, à leurs devoirs, à leurs droits, à leur être politique. En ce sens le discours manifeste une certaine perte de crédibilité envers la politique en même temps qu'une idéalisation citoyenne selon laquelle la citoyenneté est un devoir. C'est ce contraste entre la réalité et le principe et qui sert d'élément structurant les discours. C'est en cela que le spectacle offert par les hommes politiques fait scandale. Ils sont pris en défaut, échappant à la règle qui préside aux liens entre les représentants et les représentés. Ce discours dénonciateur d'une mystification se structure dans l'opposition : eux/nous, les hommes politiques/les gens, les jeunes, représentants/représentés. A ce titre il peut être un élément important d'émergence d'une

³²Etudiant en kinésithérapie, 20 ans, père agriculteur, mère au foyer

³³Etudiante en psychologie, 22ans, père agent de maîtrise et mère employée.

© L. Baugnet - *European Ph.D. on Social Representations and Communication - Virtual Library*
dynamique identitaire collective. Tout ce passe comme si, face au manque à être, la position des jeunes interrogés est d'exister politiquement et civilement, d'aller voter.

Analyse des associations verbales :

Les associations libres au terme POLITIQUE ont été classées en 13 catégories thématiques. Leur répartition dans les catégories se trouve au Tableau n° 1, relatif au premier (T1) et au second tour (T2) des élections.

Tableau n°1 Distribution des contenus associés (%) en catégories thématiques
 "Si je dis le mot "politique", quels sont les 5 mots qui te viennent spontanément à l'esprit ?

| | Tour 1 | Tour 2 |
|---|--------|--------|
| registre institutionnel | 20 | 25 |
| jugements négatifs envers hommes politiques | 14,6 | 11 |
| enjeux | 12 | 11,4 |
| pouvoir, influence | 9,2 | 10,4 |
| sans réponse | 8,4 | 9 |
| registre de l'élection | 7,8 | 8 |
| valeurs positives | 7,8 | 8 |
| systèmes politiques et partis | 8 | 5 |
| jugements négatifs envers la politique | 4 | 4,4 |
| promesses | 2,2 | 2,2 |
| campagne, médias | 2 | 2,4 |
| valeurs négatives | 2,2 | 1 |
| conflit | 1,6 | 2,2 |

Aux deux tours, les associations se rangent principalement dans la catégorie registre institutionnel qui reprend des contenus littéraux tels que : *démocratie, partis, gouvernement, assemblée, assemblée nationale, chef d'État, gouvernement, ministres, députés, représentants, homme politique, chambre des députés, sénat, état, citoyenneté, cité* . La priorité de cette catégorie n'est pas faite pour surprendre, on conçoit que de la part d'électeur consultés à la sortie du bureau de vote de tels contenus soient prégnants. Moins classiquement suit, directement par ordre d'importance, la catégorie des jugements négatifs à l'égard des hommes politiques qui reprend des contenus littéraux tels que : *affaires, détournement, fraude, arnaque, corruption, malhonnête, vendus, magouille, pot de vin, escroquerie, mafia, trahison, manipulateurs, attrape-nigaud, mensonges, mauvaise foi, bla-bla, baratin, beaux parleurs, discours, sophismes, irrespectueux, lâches, incapables, incompétence, inefficacité, comédiens, bouffons, guignols, rigolos, charlots, caricature*. L' image négative est présente chez les électeurs et de manière importante. Ce thème est suivi en ordre décroissant par :

- le thème des enjeux, au contenu littéral de : *avenir, chômage, travail, jeunes, sécurité, délinquance, racisme, social, société, gestion, crise, finance, commerce, économie, richesse,*
- le thème du pouvoir et de l' influence, au contenu littéral de : *diriger, gouverner, domination, commandement, décision, autorité, gouverneur, dirigeant, influence, pouvoir, force, avantage, décision, autorité.* ... Ces quatre premiers types constituent plus de 50% (55,8 au premier tour et 57,8 au second tour). Ensuite, toujours par ordre d'importance décroissante :
- les non réponses qui constituent moins de 10% du corpus associatif³⁴.
- le thème de l'élection, au contenu littéral de : *vote, présidentielle, Élysée, candidat, élection, bulletin, urne, scrutin, voix, suffrage* ...
- le thème des valeurs positives, au contenu littéral de : *liberté, égalité, fraternité, patriotisme, honneur, vérité, partage, solidarité, moralité, loyauté, crédibilité* ...

³⁴Ce qui, pour ce type d'épreuve, constitue un score relativement bas.

- le thème des systèmes politiques et partis, au contenu littéral de : *droite, gauche, radical, cohabitation, socialisme, capitalisme, régime, extrémisme, idéologie ...*

- le thème des jugements négatifs envers la politique, au contenu littéral de : *pas grand chose, inaccessible, ennuyant, non intéressant, compliqué, problème, inutile, apparence, tromperie, naïveté, utopie, illusion, gros merdier, merde, révolte, colère, déception...*

- le thème des promesses, au contenu littéral de : *promesses, engagement, propositions, espoir, idées, projets, changement sérieux ...*

- le thème de la campagne et des médias, au contenu littéral de : *meeting, médias, télé, sondages, score, pub, opinion. ...*

-le thème du conflit, au contenu littéral de : *division, opposition, discorde, polémique, combat, révolte, rivalité, ...quasi ex aequo avec le thème des valeurs négatives , au contenu littéral de : démagogie, injustice, irrespect, ...*

Croisement entre catégories d'associations et comportement électoral déclaré³⁵ :

Les associations au terme POLITIQUE indiquent des choix spécifiques³⁶.

Au premier tour, le croisement fait apparaître (P=.01) que ceux qui associent en termes de "jugements négatifs envers la politique" : au contenu littéral de : *pas grand chose, inaccessible, ennuyant, non intéressant, compliqué, problème, inutile, apparence, tromperie, naïveté, utopie, illusion, gros merdier, merde, ...* sont plus proportionnellement nombreux parmi l'électorat de Le Pen.

Ceux qui associent en termes de "valeurs négatives" au contenu littéral de : *démagogie, injustice, irrespect...* se trouvent surtout dans l'électorat de Laguillier.

Nous pouvons constater qu'une polarisation des contenus s'accompagne d'une extrémisation dans le choix du candidat. Par contre, les candidats plus " au centre" sont choisis par ceux qui associent selon des thèmes liés à la démocratie.

³⁵La distribution des votes déclarés pour chacun des deux tours est la suivante :

| <u>Tour 1</u> | | <u>Tour 2</u> | |
|---------------|-----|---------------|-----|
| Chirac | 10% | Chirac | 28% |
| Balladur | 06% | | |
| Lepen | 06% | | |
| De Villiers | 01% | | |
| Cheminade | 01% | | |
| Voynet | 02% | | |
| Jospin | 23% | Jospin | 36% |
| Hue | 09% | | |
| Laguillier | 04% | | |
| NSPP | 38% | NSPP | 46% |

La réponse ne se prononce pas comprend ceux qui ne veulent pas dire pour qui ils ont voté et ceux qui ont voté blanc ou nul (à savoir 12% au premier tour et 22% au second tour) En fait, ceux qui ne se prononcent pas à la question du choix du candidat disent pour 1/3 au premier tour et pour 4/5 au second tour avoir voté blanc ou nul (chi-carré significatif à P= .0001 pour chaque tour)

³⁶Dans la mesure où nous nous focalisons sur le choix électoral, nous présentons ici les résultats du test du chi-carré (aux seuils de probabilité significatifs) en termes de tendance distinctive des choix sur base des tables de contingence et contributions des cellules.

Ainsi ceux qui privilégient le thème des " élections " (au contenu littéral de : *vote, présidentielle, Élysée, candidat, élection, bulletin, urne, scrutin, voix, suffrage, ...*) ont voté Chirac, alors que Jospin est le vote le plus important de ceux qui associent politique au "système politique et aux partis" (contenu littéral de : *droite, gauche, radical, cohabitation, socialisme, capitalisme, régime, extrémisme, idéologie, ..*).

Au second tour, les résultats obtenus aux associations relatives à POLITIQUE permettent de dresser ($P=.0016$) une carte schématique du choix de l'un ou l'autre des candidats.

Quand les associations se font en termes "institutionnels" (ex: *démocratie, partis, gouvernement, assemblée nationale, chef d'État, gouvernement, ministres, députés, représentants, homme politique, ...*) et en termes de "conflits" (ex: *divisés, opposition, discorde, polémique, combat, révolte, rivalité, ..*) et ne se font pas en termes de "jugements négatifs envers les hommes politiques" (ex. : *affaires, détournement, fraude, magouille, escroquerie, mafia, trahison, manipulation, mensonges, beaux parleurs, irrespectueux, lâches, incapables, comédiens, bouffons, guignols, rigolos...*), le vote est pour Jospin.

Par contre, quand les associations se font en termes de "médias et campagne" (ex.: *meeting, médias, télé, sondages, score, pub, opinion, ...*), de "pouvoir et d'influence" (ex: *diriger, gouverner, domination, commandement, décision, autorité, influence, pouvoir, force, avantage, décision.....*) et ne se font pas en termes de "valeurs négatives"(ex.: *démagogie, injustice, irrespect..*), le vote est pour Chirac.

Les votes blanc et nuls sont liés ($P= .001$) aux associations verbales à politique : ceux qui n'ont pas répondu par une association se retrouvent significativement être ceux qui ont voté nul , par contre ceux qui ont voté blanc et surtout ceux qui ont voté pour un candidats ont produit des associations. Avoir voté blanc s'accompagne d'associations en termes de jugements négatifs vis à vis des hommes politiques.

Synthèse transitoire :

Ces contenus associatifs de la part de ceux qui viennent de voter confirment les données des entretiens préélectoraux. Les associations verbales en termes de jugements négatifs envers les hommes politiques sont relativement nombreuses. L'acte de vote s'accompagne pour beaucoup de jeunes électeurs d'un jugement très négatif de la classe politique. Des liens significatifs entre types d'associations verbales et comportement électoral déclaré indiquent un comportement électoral de protestation par le vote blanc présent principalement chez ceux qui associent politique à des jugement négatifs envers la classe politique, un vote nul plutôt chez ceux qui ne produisent pas d'association. Le choix d' un candidat est lié à une inclination pour une modalité d'associations en termes de contenu et de leur polarisation.

Réponses au questionnaire :

- Intérêt *peu* marqué (réponse modale cfr. Tableau n° 2) pour la politique alors qu'il s'agit d'une population qui vient voter et accepte de répondre à un questionnaire sur les élections³⁷.

Tableau n°2 : intérêt pour la politique (fréquences en %)
(Q : Tu t'intéresses à la politique?)

| | T1 | T2 |
|--------------|-----------|-----------|
| beaucoup | 08 | 09 |
| assez | 32 | 36 |
| peu | 50 | 44 |
| pas du tout | 09 | 11 |
| sans réponse | 01 | 00 |

- Importance des votes blancs et nuls : au premier tour 12% et au second 22% des jeunes interrogés disent avoir voté blanc ou nul. Les votes blancs et nuls augmentent au second tour des élections alors que le choix est restreint à deux candidats (Tableau n°3). La logique rationnelle du vote utile au second tour ne se vérifie pas.

Tableau n°3 type de vote (fréquences en %)
(Q : Aujourd'hui tu as voté)

| tour des élections | T1 | T2 |
|--------------------|-----------|-----------|
| blanc | 11 | 16 |
| nul | 01 | 06 |
| pour un candidat | 86 | 78 |
| ne se prononce pas | 02 | 00 |

Les votes blanc et nuls se trouvent liés significativement (test du chi-carré au seuil de $P=.001$ au premier tour, $P =.002$ au second) à certaines catégories d' associations verbales à l' inducteur "politique". Pour chacun des deux tours voter pour un candidat s'accompagne d'associations plus nombreuses en termes institutionnels. Les votes blancs se retrouvent significativement plus au premier tour chez ceux qui associent en termes de jugements négatifs envers la politique, au second tour chez ceux qui associent en termes de conflit. Les votes nuls se retrouvent principalement chez ceux qui n'ont pas donné d'association ou qui au premier tour associent en termes de valeurs négatives et au second tour en termes de jugements négatifs envers les hommes politiques.

- Tolérance et légitimation des votes blancs ou nuls considérés respectivement par 7 et 6 jeunes sur 10 , comme *mode de protestation* et comme *normal compte tenu des candidats présents*. Les réponses *c'est démissionner* ou *inefficace car cela renforce la majorité* sont minoritaires.

³⁷Nous pouvons penser que de telles conditions ne sont pas sans favoriser un biais qui devrait aller plutôt dans le sens d'un sur-représentation de l' intérêt des jeunes comme en témoignent les résultats, le désintérêt y est relativement moins important que ce que les enquêtes signalent habituellement pour cette même tranche d'âge.

© L. Baugnet - *European Ph.D. on Social Representations and Communication - Virtual Library*

- Les raisons principales du comportement électoral choisies parmi celles proposées étant *parce que c'est un devoir, parce que c'est un droit , pour défendre mon avenir, bien avant pour faire changer les choses ; la réponse par conviction politique* étant bonne dernière (Tableau n°4).

**Tableau n° 4 : Raisons du vote :
fréquence totale de choix par raison aux 2 tours**

Q : Tu as voté, principalement pour quelles raisons :
(donner les 3 raisons principales dans la liste proposée)

| | T1 | T2 |
|---------------------------------------|----|----|
| parce que c'est un devoir | 57 | 67 |
| parce que c'est un droit | 57 | 59 |
| pour défendre mon avenir | 40 | 42 |
| pour défendre mes opinions, mes idées | 38 | 40 |
| pour m'exprimer | 38 | 35 |
| pour faire changer les choses | 31 | 28 |
| je ne sais pas trop pourquoi | 18 | 13 |
| par conviction politique | 16 | 11 |
| parce que mes parents m'y ont poussé | 04 | 13 |

L'exercice de la citoyenneté, la pratique de la démocratie arrivent en premières positions. Défendre son avenir, ses opinions, ses idées, s'exprimer suivent par ordre de fréquence. Le vote par conviction politique obtient un score peu important comparable au vote sans raison et au vote guidé par les parents.

Synthèse transitoire :

Les résultats obtenus au questionnaire confirment ceux des entretiens à savoir une crise de la représentation politique perceptible dans le peu d'intérêt déclaré envers la politique, l'importance et la légitimation des votes blancs et nuls qui s'accompagne d'une justification civique du vote.

Commentaires et discussion

- Les entretiens indiquent un certain état de crise du politique. Il s'agit moins d'un désintérêt pour la politique que de dépit, déception, dérision amère, pouvant aller jusqu'au déni du politique. De la politique aux hommes politiques la liaison immédiate implique une crise de la représentation politique non pas tant sur le principe de la représentation mais sur les faits et actes de ses représentants. Avec d'importants développements les jeunes d'un regard externe cataloguent leurs représentants. Les hommes politiques apparaissent comme étant une classe, une espèce connotée négativement pour son incompetence, sa corruption, son éloignement de la réalité quotidienne. Elle n'a de sa fonction que le titre et l'apparence. Tout le discours fait état de distance, de différence, d'opposition, entre les politiques et la demande collective telle qu'elle est exprimée par les jeunes. Les discours rendent compte d'une position externe par rapport aux hommes politiques dont l'image négative peut se décliner sur trois dimensions principales : leur incapacité à répondre à certains enjeux, leur manque d'éthique, leur distance par rapport à la population. Les représentants sont mis en cause par les jeunes qui s'érigent en arbitres de leurs actions au nom même de ce principe. En effet ces contenus s'articulent à d'autres qui indiquent une croyance en un pouvoir et un rôle des hommes politiques tant sur le plan national, dans le secteur de l'emploi et de l'économie notamment, que sur le plan

international dans les conflits, et une certaine idéalisation de leur fonction tournée vers l'intérêt général. C'est ce contraste entre le principe et la réalité qui sert d'élément structurant les discours et justifie l'importance de manifester son présence de citoyen par le vote. La force et la véhémence des jugements contre les hommes politiques et la croyance en leur pouvoir s'accompagne de l'affirmation de l'importance du vote comme droit et devoir du citoyen et d'une détermination à aller voter. C'est à contre-pied de cette classe politique que les jeunes entendent ainsi se manifester. Ces contenus ne débouchent pas sur l'apathie mais sur une réaffirmation du credo démocratique.

- Il apparaît que les représentations de la politique telles qu'elles peuvent être appréhendées par les associations au seul mot inductif de politique constituent un facteur de la conduite électorale très explicite. Les champs sémantiques associés sont en relation avec le type de conduite électorale: voter pour un candidat, voter blanc, voter nul. Ainsi, concernant le choix d'un candidat, une certaine configuration des associations : la priorité donnée à certaines thématiques et l'absence d'autres thématiques, correspondent de manière distinctive, en terme de tendance, à des candidats spécifiés. La polarisation des contenus renvoie au choix de candidats occupant des positions extrêmes (à l'extrême gauche ou à l'extrême droite) alors qu'associer en contenus non polarisés se rapportant à un registre institutionnel et des thèmes liés à la démocratie s'accompagne d'un choix pour des candidats plus " au centre". Une polarisation des contenus s'accompagne d'une extrémisation dans le choix du candidat. Ainsi, concernant les votes blancs, toujours en terme de tendance distinctive, ils sont le fait de ceux qui associent en termes de jugements négatifs envers la politique au premier tour, et en termes de conflit au second ce qui peut être un indicateur d'un vote de protestation, le vote nul étant plutôt un vote de rejet, présent chez ceux qui n'associent pas au terme politique.

Le fait de n'avoir plus que deux candidats présents au second tour du scrutin renforce les votes blancs et nuls. Ces votes peuvent signifier une façon de marquer le désaccord sur les candidats ou s'en remettre à la majorité pour décider. La différence de logique entre le premier et le second tour ne paraît pas opposer un vote de "coeur" au premier tour et un vote de "raison" au second. Ne s'agit-il pas plutôt de l'expression d'une rationalité sociale qui réside dans la mise en pratique de représentations sociales par le vote, et consiste par cela même à se positionner.

- Les résultats du questionnaire confirment les tendances observées, indiquent une certaine forme de protestation qui se traduit par l'importance des votes blancs et nuls jugés par la majorité comme étant légitimes tout en revendiquant le vote comme droit, devoir et moyen de défendre son avenir. Les raisons de vote réaffirment le vote comme devoir et comme droit, affirmation de ses idées, expression de ses opinions, défense de son avenir plutôt que comme conviction politique partisane.

Conclusion

Dans le contexte des élections présidentielles françaises de 1995 l'examen, en période préélectorale, des représentations sociales relatives à la politique et au vote a mis en évidence le contenu et l'articulation du matériel discursif produit par des jeunes en âge de voter pour la première fois. Le procès qui est fait de la classe politique s'accompagne d'une réaffirmation du credo démocratique et d'une intention de voter. L'exercice du vote est conçu comme mode de d'action et de manifestation du principe démocratique donnant visibilité et existence politique. Il consacre l'assomption du sujet, sa façon d'assumer sa fonction citoyenne et sa responsabilité collective.

Recueillis à la sortie des urnes, les champs sémantiques associés à l'inducteur "politique" sont significativement liés au comportement électoral déclaré : vote pour un candidat, vote blanc ou nul, comme si celui-ci était guidé ou justifié par ceux-là.

Sans doute, l'étude qui est faite des RS de la politique reste parcellaire, le traitement présenté est centré sur le contenu, l'opérationnalisation pourrait être plus précise, l'analyse statistique plus sophistiquée. Néanmoins, dans le cadre d'une étude exploratoire, les résultats obtenus nous semblent pertinents et intéressants. L'ensemble de ces résultats conduit à penser les électeurs font appel à des systèmes de représentations en période préélectorale ou directement après le vote à la sortie des urnes, que se soit pour guider leur conduite ou justifier celle-ci.

Avec pour perspective de développer une explication psychosociale de la conduite électorale, nous avons examiné dans qu'elle mesure l'exercice de la citoyenneté par le vote peut être étudiée comme pratique discursive et comportementale d'un sujet social connaissant, faisant état de représentations sociales médiatisées par le langage, objectivant l'environnement, l'établissant en catégories collectives lui permettant non seulement de comprendre et expliquer les faits auxquels il est confronté, mais de s'adapter, maîtriser cet environnement, élaborant une connaissance spécifique par laquelle il se positionne et exprime une identité politique. Les fonctions des représentations sociales semblent ici illustrées. Il a fonction cognitive d'élaboration du réel par laquelle les interviewés se situent en s'opposant vis à vis de ceux dont ils parlent : fonction identitaire. La prise de distance, le processus de dénonciation, de dévoilement, tendent à inverser les positions occupées par les représentés et les représentants. La parole témoignant d'un état de fait condamnable manifeste la légitimité des uns face à l'illégitimité des autres. Ce discours est produit par des électeurs potentiels qui affirment dans ces conditions vouloir exercer leurs droits et devoirs par le vote. L'acte de vote est bien ici symbolique de l'identification citoyenne. Le vote, est une pratique individuelle, certes, mais une pratique qui symboliquement réaffirme l'appartenance à l'institution politique qu'est l'état. Il s'inscrit dans l'action collective, il en constitue une pratique rituelle celle du régime démocratique où la voix exprimée l'est aux deux sens du terme.

Bibliographie :

- Abric, J.C.(1994). *Pratiques sociales et représentations*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Amerio, P. (1991). Perspectives théoriques cognitives et sociales en psychologie politique, *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 4, 3/4, 209-229.
- Amerio P., Larrue J. (1991). , Introduction, *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 4, 3/4
- Baugnet, L.(1988). *Naissance d'une identité collective : l'exemple wallon, l'identité culturelle, changements sociaux et catégorisation*, Lille III., Fichier central des thèses.
- Baugnet, L.(1993). "Européen n'est-il qu'un mot ?", *Mots/ Les langages du Politique*, Presses de la Fondation Nationale des Sciences politiques, 34, 107-112.
- Baugnet, L. (1994). Représentations sociales de la politique in *L'imaginaire wallon* , Louvain la Neuve , Fondation P. et J.M. Humblet, 235-252.
- Baugnet, L.(1994), "Sentiments d'appartenances et représentations", in *L'identité politique*, C.U.R.A.P.P. , Paris, P.U.F., 111-124.
- Baugnet L.. (1996). "Identité et lien social", Habilitation à diriger des recherches, E.H.E.S.S, Paris.
- Berelson, B., Lazarsfeld, P. & Mc Phee, W. (1952). *Voting*, Chicago , University Presse of Chicago Press.
- Blais, A., Young, R. (1966). *Why do people vote ? An experiment in Rationality* , *Papers in Political Economy*, 64, London , The University of western Ontario.
- Blondiaux, L. (1996). Mort et résurrection de l'électeur rationnel. Les métamorphoses d'une problématique incertaine. Communication au cinquième Congrès de L'association Française de Science Politique, Institut d'Études Politiques, Aix-en-Provence, 22-24 Avril , 35P. *Revue française de Sciences Politiques*, 46, 5 , 753-791.
- Braud, P. (1980). Élire un Président ...ou honorer les dieux ?, *Pouvoirs* , 14, 15-28.
- Braud, P. (1990). *Manuel de Sociologie Politique* , Librairie Générale de Jurisprudence, Paris , E.J.A.
- Campbell, A., Converse, P., Miller, W., Stokes, D. (1960). *The American Voter* , New York , Wiley.
- Carmines, E., Kuklinsky, J. (1991). Incentive, opportunities, and the logic of public opinion in American political representations. In J. Ferejohn et J. Kuklinsky (eds.), *Information and democratic processes*, Urbana , University of Illinois Press, 240-268.
- CEVIPOF (1990). *L'électeur français en question*, Paris , Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques.
- Conover, P., Felman, S. (1984). How people organize the political word : a schematic model , *American Journal of Political Sciences*, 28, 95-126.
- Conover, P., Felman, S. (1989). Candidate perception in ambiguous word : campains, cues and inferences processes, *American Journal of Political Sciences*, 33, 912-940.
- Converse, P. (1964). The nature of belief systems in mass media. In D. Apter (ed.) *Ideology and discontent*, New York , Free press
- Dalton, R., Wattenberg, M. (1993). The not so simple act of voting. In D. Swanson, D. Nimmo (eds.) *New directions in political communication. A resource book*, Londres , Sage.
- Dawes, R.M., Smith, T.L (1985). Attitudes and opinion measurement, in G.Linsey et E.Aronson, (eds.) *The Handbook of Social Psychology*, 3^e éd., New York , Random House.
- Doise, W. (1990). Les représentations sociales. In R. Ghiglione , C. Bonnet , J.F. Richard, (eds), *Traité de Psychologie cognitive.*, 3 , *Cognition, représentation, communication*, Dunod, Paris, 111-174.
- Downs (1957). *An Economic Theory of Democracy*. New York , Harper and Row.
- Feldman, S. (1982). Economic Self Interest and Political Behavior, *American Journal of Political Sciences*, 26, 446-466.

- Fiorina, M. (1991). Information and rationality in elections. In J. Ferejohn & J. Kuklinski (eds.), *Information and democratic processes*, Urban , University of Illinois Press, 329-344.
- Fiske, S.T. & Taylor, S. (1984). *Social cognition* Reading, Mass. Addison-Wesley.
- Fiske, S.T. (1986). Schema-based vs piecemeal politics : a pathwork quilt but not a blanked of evidence. In R.R. Lau, D.O. Sears (eds.). *Political cognition*. Hillsdale (NJ) Lawrence Erlbaum.
- Gaxie, D. (1982). Mort et résurrection du paradigme de Michigan, *Revue Française de Sciences Politiques*, 32 (2), 251-269
- Gaxie, D. (1985). (ed) *Explication du vote* , Paris , Presses de la Fondation nationale des Sciences politiques.
- Ghiglione, R. & Dorna, C. (1990). Psychologies politiques, *Psychologie Française*, Paris , Dunod, 35-2, 87-8.
- Green, D.P. & Shapiro, I. (1995). Choix rationnels et politique : pourquoi en savons nous toujours aussi peu ? *Revue française de sciences politiques*, 45 (1), 96-130.
- Habert, P. & Lancelot, A. (1988). L'émergence d'un nouvel électeur, *Le Figaro/Études Politiques, Les élections législatives de 1988*, 16-23.
- Hermann, M. (ed.) (1986). *Political psychology, contemporary Problems and issues*, San Francisco-London , Jossey-Bass Publisher.
- Himmler, H.T., Humphreys, P., Jaeger, M. (1981). *How voter decides*, Milton Keynes, Philadelphia , Open University Press.
- Janis, I.L. & Mann, L. (1977). *Decision making*, New York , Free Press
- Jervis, R.(1986). Cognition and political behavior. In R.R. Lau, D.O. Sears (eds.). *Political cognition*. Hillsdale (NJ) Lawrence Erlbaum.
- Jodelet, D.(1983). *Réflexions sur le traitement de la notion de représentation sociale en psychologie sociale*, Actes de la Table ronde internationale sur les Représentations, Communication-information , Numéro spécial, octobre,
- Jodelet, D.(1983). *Civils et bredins : représentations sociales de la maladie mentale et rapport à la folie en milieu rural*, thèse de Doctorat d'État, Paris.
- Jodelet, D. (1984). Les représentations sociales in S. Moscovici (Ed.), *Psychologie sociale*, Paris , P.U.F., 357-389.
- Jodelet, D. (ed.) (1989). *Les représentations sociales*, Paris , P.U.F.
- Jodelet, D. (1989). *Folies et représentations sociales* , Paris , P.U.F.
- Kaes, R.(1976). *L'appareil psychique groupal. Contructions du groupe*, Paris, Dunod.
- Kaes, R.(1989). Psychanalyse et représentation sociale, in D. Jodelet (Ed.) *Les représentations sociales*, P.U.F., Paris, 87-114.
- Katz, E. , Lazarfeld, P. (1955). *Personnal Influence : the part played by people in the flow of mas-communication*. Glencoe, Ill., The Free Press.
- Key, V. O. (1966). *The responsible electorate*, Cambridge , Harvard University Press
- Kinder, D., Sears, D. (1985). Public opinion and political action. In G. Lindsey & E. Aronson (eds.) *Handbook of Social Psychology* , 4ème ed., New York , Random House, 659-741.
- Kuklinski, J., Luskin, R., Bolland, J. (1991). Where is the schema ? Going beyond the "s" word in political psychology, *American Political Science Review*, 85(4) 1343-1356.
- Lancelot, A. (1985). L'orientation du comportement politique, in M. Grawitz & J. Leca, *Traité de science politique*, Paris , PUF, (vol. III).
- Lafay, J.D. (1992). La théorie probabiliste du vote, *Revue d'économie politique*, 102, 4, 487-518.
- Lau, R.R. (1986). Political schemata, candidate evaluation and voting behavior. In R.R. Lau & D.O. Sears (eds.). *Political cognition*, Hillsdale (NJ) Lawrence Erlbaum
- Lau, R.R. (1989). Construct accessibility and electoral choice, *Political Behavior*, 11, 5-32.
- Lazarsfeld, P.F., Berelson, B., Gaudet, H. (1944). *The People's Choice*, Columbia University Press.
- Lodge, M., Stroh, P., Wahlke, J. (1990). Black box models of candidate evaluation, *Political Behaviour*, 12, 5-17.
- Lodge, M., Mc Graw, K., Conover, P., Feldman S., Miller, A. (1991). Where is the schema ? Critiques, *American Political Science Review*, 85, 1357-1380.

- Luskin, R. (1990). Explaining political sophistication, *Political Behaviour*, 12, 331-361.
- Mayer, N., Perrineau, P. (1992). *Les comportements politiques*, Paris, A. Colin, Coursus.
- Michelat, G., Simon, M. (1971). Classe objective, classe subjective et comportement électoral, *Revue Française de Sociologie*, XII, 483-527.
- Michelat, G., Simon, M. (1977). *Classe, religion et comportement politique*, Paris, Presses de la Fondation nationale des Sciences Politiques.
- Moscovici, S. (1976) *La psychanalyse, son image et son public*, 2e ed., Paris, P.U.F.
- Natchez, P. (1985). *Images of voting: visions of democracy*, New York, Basic book.
- Page, B.I. & Shapiro, R.Y. (1992). *The rational public*, Chicago, University of Chicago Press.
- Pomper, G.M. (1975). *Voters' choice*. New York, Dood Mead and Co.
- Ranger, J. (1990). Les français s'intéressent-ils à la politique ? In CEVIPOF. *L'électeur français en questions*, Références, Presses de la Fondation Nationale des sciences politiques.
- Shapiro, M.J. (1969). Rational political man : synthesis of economic and social-psychological perspectives. *American Political Science Review*, 63, 1106-1119
- Smith, E.R.A.N. (1989). *The unchanging american voter*, Berkeley, University of California Press.
- Sniderman, P., Brody, R., Tetlock, P. (1991). *Reasoning and choice. Explorations in political psychology*, Cambridge, Cambridge University press.