

Table des matières

Introduction	5
Opinions, comportements, attitudes politiques	8
Recensement statistique des votes, sondages d'opinion, études qualitatives	12

PREMIÈRE PARTIE

LES TROIS GRANDES DIMENSIONS DE LA POLITIQUE : POLITISATION, PARTICIPATION, ORIENTATION

Chapitre 1

POLITISATION ET SOCIALIZATION POLITIQUE	19
La politisation comme situation	19
L'intérêt pour la politique	19
L'image de la politique et des institutions	21
La compétence politique	23
La politisation comme processus: la socialisation politique	27
La socialisation familiale	27
La socialisation scolaire	30
La socialisation médiatique	33

Chapitre 2

LA PARTICIPATION ÉLECTORALE	39
L'inscription sur les listes électorales, une situation complexe ...	40
Des taux d'abstention en progression... inégale	45
Comment expliquer la montée de l'abstention?	51
Les facteurs constants de l'abstention	54
Le vote blanc ou nul	56

Chapitre 3

LES AUTRES FORMES DE LA PARTICIPATION POLITIQUE	59
Pétitionner, manifester, faire grève... ..	59
Adhésion et militantisme partisan	65
Participation syndicale et associative, mouvements sociaux	73

Chapitre 4

LES OPINIONS POLITIQUES : ENTRE GAUCHE ET DROITE	79
L'opinion publique est consistante	79
Mesurer l'orientation politique	84
L'intention de vote	84
La sympathie partisane	87
L'échelle gauche droite	88
Mesurer d'autres attitudes politiques	95

DEUXIÈME PARTIE

L'EXPLICATION DES COMPORTEMENTS ÉLECTORAUX

Chapitre 5

DÉCOUVERTE ET EXPLICATIONS DES STABILITÉS ÉLECTORALES	107
La permanence des tempéraments électoraux :	
André Siegfried, Paul Bois, François Goguel	108
L'analyse écologique aujourd'hui	113
L'école de Columbia : les caractéristiques sociales déterminent les préférences politiques	117
Le paradigme de Michigan : un vote conforme à l'identification partisane	119

Chapitre 6

LES <i>VARIABLES LOURDES</i> DU COMPORTEMENT ÉLECTORAL DANS LA SOCIOLOGIE ÉLECTORALE FRANÇAISE	125
Vote de classe et vote catholique, les premières analyses	126
Les recompositions du vote de classe	129

Perdurance et érosion de l'intégration au catholicisme	131
L'effet patrimoine	133
Le sexe et l'âge constituent-ils des variables lourdes du comportement électoral?	136
Chapitre 7	
LES THÉORIES DE L'ÉLECTEUR RATIONNEL	143
Le vote, fruit d'un calcul rationnel	143
La théorie des réalignements électoraux	150
Le vote sur enjeux	153
L'électeur consommateur	158
L'électeur stratège	159
Chapitre 8	
ÉLECTEURS STABLES ET ÉLECTEURS VOLATILES EN FRANCE	163
Appréhender la mobilité à partir des résultats électoraux	165
Mesurer la mobilité à partir des résultats d'enquêtes électorales	168
Logiques de mobilité à partir d'entretiens de groupe	173
Mesure de la mobilité avec un panel sur une longue période ...	175
Conclusion	179
Bibliographie	181