HAL open science

Qui vote pour qui et pourquoi ?

Nonna Mayer

▶ To cite this version:

Nonna Mayer. Qui vote pour qui et pourquoi ?. Pouvoirs - Revue française d'études constitutionnelles et politiques, 2007, 1 (120), pp.17 - 27. 10.3917/pouv.120.0017 . hal-01312498v1

HAL Id: hal-01312498

https://sciencespo.hal.science/hal-01312498v1

Submitted on 26 Jul 2021 (v1), last revised 8 Nov 2017 (v2)

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

Pouvoirs, vol. 1, n°120, 2007
DOI : 10.3917/pouv.120.0017

QUI VOTE POUR QUI ET POURQUOI ? LES MODÈLES EXPLICATIFS DU CHOIX ÉLECTORAL

NONNA MAYER

DANS LA PERSPECTIVE OUVERTE PAR ANDRÉ SIEGFRIED et son monumental *Tableau politique de la France de l'Ouest* [1], la géographie a été longtemps la seule clef de compréhension des votes, mettant leur distribution territoriale en relation avec les caractéristiques des unités où ils sont recensés : type de peuplement et d'habitat, structures sociales et religieuses. La technique des sondages permet d'aller plus loin et de saisir les comportements individuels, en demandant directement aux électeurs pour qui ils votent et pourquoi. Les premières grandes enquêtes empiriques sont conduites après guerre aux États-Unis à l'heure du behaviorisme triomphant. C'est là aussi que prennent naissance les principaux modèles explicatifs du vote [2].

LES MODÈLES PSYCHOSOCIAUX

Le modèle « sociologique » est associé au livre fondateur de Paul Lazarsfeld et de son équipe, *The People's Choice* [3]. À l'occasion de

1. André Siegfried, *Tableau politique de la France de l'Ouest sous la IIIe République*, Armand Colin, 1913, *reprint* Imprimerie nationale, 2005.
2. Modèle est entendu ici comme représentation simplifiée et principe d'intelligibilité du phénomène étudié, en l'occurrence le vote. Cf. Nonna Mayer (dir.), *Les Modèles explicatifs du vote*, L'Harmattan, 1997.
3. Bernard Berelson, Hazel Gaudet, Paul F. Lazarsfeld, *The People's Choice. How the Voter*

l'élection présidentielle de 1940, ils se proposent de mesurer l'impact de la campagne auprès d'un panel représentatif des habitants d'un comté de l'Ohio, interrogés à sept reprises. À leur surprise, ils trouvent que les électeurs se sont en majorité décidés bien avant la campagne et sont restés fidèles à leur choix initial. Leurs orientations politiques sont stables et conformes aux normes de leur milieu familial, social et culturel. Un indice de prédisposition politique combinant le statut social, la religion et le lieu de résidence permet avec beaucoup de précision de prédire leurs choix électoraux. Chez les électeurs ruraux, protestants et aisés, trois voix sur quatre se sont portées sur le candidat républicain, et chez les électeurs urbains, catholiques et socialement défavorisés, elles sont allées dans la même proportion au candidat démocrate. « Une personne pense politiquement comme elle est socialement », telle est la principale conclusion de leur étude. L'électeur, un animal social dont l'opinion se forme au contact de ses semblables, dans les conversations et les contacts au sein des divers groupes où il est inséré.

Une seconde enquête plus approfondie sur la décision de vote et ses paramètres est menée par Bernard Berelson, Paul F. Lazarsfeld et William N. Mac Phee[4] auprès des électeurs d'une petite ville industrielle républicaine, Elmira, lors de la campagne présidentielle de 1948. S'appuyant pareillement sur la technique du panel, elle explore plus particulièrement les réseaux d'influence interpersonnels, les liens avec les groupes primaires, le rôle des conversations et des interactions, dans la tradition du sociologue français Gabriel Tarde auquel elle fait explicitement référence. Elle attache également plus d'importance à la dynamique de la campagne et à la perception des enjeux politiques. Mais ses conclusions confirment en tous points les précédentes. Les appartenances de groupe – classe, communauté religieuse, groupe ethnique – sont décisives. Le choix électoral est analysé comme mise en conformité avec les normes du groupe et « il semble que le sens des convenances soit un trait plus marquant des préférences politiques que la raison ou le calcul[5] ». Le retentissement de ces travaux est considérable parce qu'ils contredisent la plupart des idées reçues sur la question, démolissant tant le mythe de la toute-puissance des médias que celui de l'électeur éclairé décidant de son vote après une analyse réfléchie des candidats et de

4. Bernard Berelson, Paul F. Lazarsfeld et William Mac Phee, *Voting. A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*, Chicago (Ill.), University of Chicago Press, 1954.

5. *Ibid.*, p. 311.

leurs programmes. Ils vont inspirer plusieurs centaines d'études similaires dans différentes régions des États-Unis.

Ce déterminisme est critiqué par Angus Campbell, Philip E. Converse, Warren E. Miller, Donald E. Stokes, les auteurs de *The American Voter*[6]. Pour ces chercheurs au *Survey Research Center* de l'université du Michigan, le vote est d'abord un acte politique, commandé par la perception qu'ont les électeurs des principaux objets politiques, la « carte cognitive » qu'ils ont dans la tête. Délaissant l'approche monographique, ils s'appuient sur les enquêtes nationales menées au SRC à partir de 1948 à l'occasion de chaque élection présidentielle, auprès d'échantillons représentatifs de la population en âge de voter, interrogés avant et après l'élection. Ils mettent ainsi en lumière le rôle clé de « l'identification partisane ». Attachement affectif durable à un des deux grands partis qui structurent la vie politique américaine, transmis par les parents, renforcé par le milieu social et professionnel – on rejoint ici le modèle précédent –, il fonctionne comme un écran perceptif, filtrant la vision du monde des électeurs. Plus ils s'identifient à un parti, plus ils sont favorables à son candidat et aux positions qu'il soutient et plus ils sont susceptibles de voter pour lui.

L'ambition des auteurs est de reconstituer le processus de décision de l'électeur, en prenant en compte tous les éléments susceptibles d'agir, depuis le jour de sa naissance jusqu'à celui de l'élection. L'image qu'ils utilisent à cet effet est celle d'un « entonnoir de causalité » qui replace ces éléments dans leur ordre chronologique et leur enchaînement. À son entrée, il y a les structures économiques, sociales et partisanes qui composent l'environnement politique familier des électeurs depuis l'enfance. Au bout le plus étroit il y a les caractéristiques propres à l'élection considérée, telles que la nature du scrutin, la configuration des candidatures, la conjoncture économique et politique dans laquelle elle se déroule et les problèmes abordés durant la campagne. Le lien entre les deux bouts de la chaîne est fourni par les attitudes politiques à l'égard des enjeux, des candidats et surtout des partis. Le milieu familial et professionnel, le lieu de résidence, l'appartenance religieuse n'influencent pas directement le vote. Mais ils façonnent les identités et les valeurs des individus, leurs préférences pour la gauche ou pour la droite, leur attirance pour un parti donné. Et ces attitudes filtrent à leur tour leurs perceptions politiques et influencent leur vote.

6. Angus Campbell, Philip E. Converse, Warren E. Miller, Donald E. Stokes, *The American Voter*, New York, Wiley and Sons, 1960.

Au total, l'*American Voter* tel que le décrivent ses auteurs n'est pas très différent de celui que décrivait *The People's Choice*. Il s'intéresse peu à la politique, il est mal informé. Ses opinions politiques sont peu structurées. Son niveau de conceptualisation politique est faible, un sur dix seulement est capable de porter un jugement idéologique sur les partis et les candidats. Seule l'identification au groupe de référence que constituent les deux grands partis lui offre un point de repère stable dans le champ politique. C'est l'amorce du paradigme « minimaliste » que développera Philip Converse, attribuant au grand public dans son ensemble, comparé aux élites, une compétence politique réduite [7].

Mais à partir des années 1960, les deux modèles apparaissent incapables de rendre compte du changement observé. Valdimer O. Key critiquait déjà la notion d'un électorat passif, prisonnier de la « camisole de force » que constituaient les déterminants sociaux ou psychologiques et soulignait sa capacité à porter un jugement, positif ou négatif, sur les sortants. La critique la plus systématique est portée par Norman H. Nie, Sidney Verba et John R. Petrocik [8]. Les identités partisanes sont en crise. La proportion des « indépendants », qui ne se reconnaissent dans aucun parti, a doublé entre 1964 et 1974 ; et même chez ceux qui déclarent encore une identité partisane, celle-ci commande de moins en moins souvent leur vote. Comparés à ceux des années Eisenhower, les électeurs semblent plus réactifs au contexte, ils manifestent plus d'intérêt pour les candidats et les positions qu'ils défendent. Analysant les élections présidentielles de 1980 à 1988, Martin Wattenberg [9] prophétise la fin de la politique centrée sur les partis au profit de leurs leaders.

Le phénomène tient à des facteurs conjoncturels : l'arrivée de nouveaux électeurs – jeunes de moins de 21 ans, femmes, Noirs – sans affiliation partisane préexistante, l'émergence d'enjeux plus dramatiques et plus concrets que ceux des années 1960, qu'il s'agisse de la question raciale, de la lutte contre la drogue ou de la guerre au Vietnam. Les positions des candidats comme Barry Goldwater en 1964 ou George

7. Philip E. Converse, « The Nature of Belief Systems in Mass Publics », *in* David Apter (dir.), *Ideology and Discontent*, New York, Free Press, p. 206-261.

8. Norman H. Nie, Sydney Verba, John R. Petrocik, *The Changing American Voter*, Cambridge (Mass.), Harvard University Press, 1979.

9. Martin Wattenberg, *The Rise of Candidate Centered Politics*, Cambridge (Mass.), Harvard University Press, 1991.

Mac Govern en 1972 sont plus tranchées aussi, plus identifiables. Le phénomène tient plus profondément, pour le sociologue Ronald Inglehart, à des facteurs structurels, induits par le passage de la société industrielle à une société postindustrielle, caractérisée par le gonflement du tertiaire et le déclin du secteur industriel, la hausse des valeurs hédonistes et anti-autoritaires du « postmatérialisme », la « mobilisation cognitive » des citoyens[10]. Plus instruits, mieux informés, plus contestataires, ils seraient désormais moins dépendants à l'égard des partis traditionnels, plus autonomes.

L'approche économique

À la faveur de ces débats, un modèle plus ancien proposé par Anthony Downs[11] se trouve remis à l'honneur. Il applique au vote le paradigme utilitariste tiré de l'économie classique. L'électeur ou l'électrice ont des préférences politiques, ils sont capables de les hiérarchiser, et de choisir l'alternative électorale qui maximise le bénéfice attendu. L'électeur ou l'électrice type ferait son choix sur le marché politique comme le consommateur qui achète une marque de lessive. Et sa perception des candidats en présence, de leurs réalisations passées et de leurs promesses futures pèserait plus sur son choix que les affiliations partisanes ou les solidarités religieuses ou confessionnelles. Ces modèles du « choix rationnel » ont connu un essor rapide aux États-Unis. On en distingue deux variantes.

La première est celle des modèles spatiaux du vote. Dans la perspective downsienne, l'électeur qui cherche à maximiser l'utilité de son vote se détermine en fonction de son degré de proximité avec les positions des candidats sur les enjeux de l'élection. Son choix résulte donc de sa position dans l'espace à N dimensions où N représente le nombre d'enjeux. S'il y a deux enjeux, par exemple la privatisation d'EDF et la hausse du revenu minimum garanti, on peut mesurer le degré d'approbation de ces deux politiques sur une échelle graduée de 1 à 10 par exemple, et situer l'électeur sur un point idéal en fonction de son score sur ces deux échelles. Il votera pour le candidat qu'il situe au plus près de ce point idéal, en fonction de la distance entre sa propre position

10. Ronald Inglehart, *The Silent Revolution. Changing Values and Political Styles Among Western Publics*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 1977.

11. Anthony Downs, *An Economic Theory of Democracy*, New York (NY), Harper and Brother, 1957.

sur ces enjeux et celle qu'il attribue à chacun des candidats. Les modèles directionnels en proposent une version plus sophistiquée, partant de l'hypothèse que l'électeur ne vote pas nécessairement pour le candidat le plus proche, mais pour celui qui lui paraît le plus susceptible de changer les choses. Autrement dit, il existe un point neutre ou *statu quo* à partir duquel l'électeur évalue la direction probable du changement. Et l'évaluation qu'il fait des candidats ne tient pas seulement compte de leur position sur un enjeu de politique publique mais de la capacité qu'il leur attribue à la mettre en œuvre. Il peut la réévaluer à la baisse (*discount*).

L'autre direction de recherche est celle des modèles économétriques qui mesurent l'impact des variables économiques – chômage, croissance, inflation – sur le résultat des élections ou sur la popularité des gouvernants, illustré par les travaux de Morris Fiorina, Gerald H. Kramer, Michael Lewis Beck, et bien d'autres. L'hypothèse centrale est celle de la « responsabilité ». L'électorat tient le gouvernement en place pour responsable de l'état de l'économie et vote en conséquence : si les indices sont bons, il le récompense en votant pour lui, s'ils sont mauvais, il le punit en votant pour l'opposition. De nombreuses variantes sont possibles. Le vote peut être rétrospectif : l'électeur réagirait en fonction des performances passées du gouvernement ou du candidat, mais il peut aussi être prospectif, sur la base des performances attendues. Il peut être égotropique, si l'électeur réagit en fonction de sa situation économique personnelle, ou sociotropique, s'il réagit en fonction de la situation économique du pays, cas le plus fréquent.

Ces modèles à leur tour ont été vigoureusement critiqués pour les faiblesses de leur opérationnalisation et leur vision simplificatrice du raisonnement électoral. La meilleure introduction à ce débat reste le livre de Donald P. Green et Ian Shapiro sur les « pathologies » des modèles du choix rationnel [12].

L'essor de la psychologie cognitive va conduire à reconsidérer la manière dont l'électeur se repère dans le champ politique, rejetant tant la conception minimaliste des deux premiers modèles, que la vision instrumentale du troisième. La critique de fond est très tôt portée par Herbert Simon, opposant la rationalité artificielle des économistes, rationalité « substantive », à la rationalité « limitée » (*bounded*) qui

12. Donald P. Green et Ian Shapiro, *Pathologies of Rational Choice Theory : A Critic of Applications in Political Science*, New Haven (CT), Yale University Press, 1994.

concerne la plupart des situations dans le monde réel, en particulier dans le domaine politique. Si on définit la rationalité comme l'adaptation des moyens aux fins dans une situation donnée, la rationalité substantive ou objective pose qu'il existe objectivement un moyen qui est le meilleur de parvenir aux fins fixées, en tenant compte exclusivement des contraintes externes. Mais si l'on tient compte également des caractéristiques des acteurs, du fait que leur information et leur capacité à la traiter sont limitées, qu'ils peuvent être dans l'incapacité de faire le choix optimal, ou d'évaluer toutes les alternatives, on les considérera comme rationnels à partir des procédures mises en œuvre pour aboutir à une décision, qui n'aboutiront pas nécessairement à la décision optimale, mais à tout le moins satisfaisante. C'est la rationalité procédurale, ou encore limitée.

Dans la même ligne se développe une nouvelle approche de l'opinion publique[13] qui concourt à la réhabilitation des compétences politiques des citoyens dits « ordinaires ». Des auteurs comme Paul M. Sniderman utilisent des techniques expérimentales couplées avec la classique enquête par sondage, qui placent les interviewés dans des conditions plus proches de la vie réelle : rôle plus actifs des enquêteurs, apport d'informations, arguments et contre-arguments, tests sur la formulation des questions. Ils mettent ainsi en lumière la manière dont l'électeur ou l'électrice supplée au déficit d'information, par des raccourcis cognitifs (*shortcuts*), des « heuristiques », pour parvenir à s'orienter dans le champ politique. Cette approche réhabilite le rôle des affects et des émotions. Les positions des candidats sur les enjeux de l'élection sont inférées à partir des sentiments éprouvés à l'égard des groupes sociaux, ethniques, professionnels dont l'électeur ou l'électrice est proche. On vote pour le parti ou le candidat dont on pense que la politique favorisera le groupe dont on se sent solidaire, que ce soit les ouvriers, les Noirs, les femmes ou les juifs. Et les repères qui permettent de classer le candidat dans un camp ou dans l'autre sont multiples, comme le montre l'exemple célèbre du *hot tamale* cité par Samuel Popkin[14].

13. Paul M. Sniderman, « Les nouvelles perspectives de la recherche sur l'opinion publique », *Politix*, 41, 1er trimestre 1998.

14. Le fait qu'un candidat croque l'épi sans savoir qu'il faut d'abord enlever l'écorce révèle aux électeurs mexicains son ignorance de leurs usages et va lui coûter son élection. Samuel Popkin, *The Reasoning Voter : Communication and Persuasion in Presidential Elections*, Chicago (Ill.), University of Chicago Press, 1991.

Les travaux récents inspirés par les neurosciences réévaluent également le rôle joué par les émotions dans les choix politiques. Dans *The Sentimental Citizen*[15], prenant le contre-pied des thèses classiques mettant les émotions du côté des passions et de l'irrationnel, George Marcus montre que l'anxiété favorise en fait un comportement rationnel. Il fait l'hypothèse que le vote le plus courant, le vote « normal », s'appuie sur l'identification partisane acquise. Une situation de crise ou de tension génératrice d'anxiété (guerre, chômage) amène à mettre en cause ses habitudes de vote et réexaminer les enjeux et les candidats avec un œil critique.

La dynamique des modèles

Tout récemment enfin, on observe un retour au modèle sociologique. *The Social Logic of Politics* d'Alan S. Zuckerman[16] s'inscrit explicitement dans la filiation des *Community Studies* de Berelson et Lazarsfeld, analysant les liens primaires, les conversations ordinaires dans le couple, en famille, au travail, là où se forment les représentations du politique, où les messages des médias sont décryptés et commentés. La géographie électorale prend un nouveau départ avec des techniques mixtes, resituant les individus dans leur contexte, combinant données individuelles recueillies par sondage et données agrégées caractéristiques des territoires où ils résident (analyse multi-niveaux). La littérature sur le vote des minorités ethniques et des femmes et plus largement l'articulation des effets de « race », de classe et de genre est florissante. Et un large débat s'est développé autour des effets de la religion et de la classe sociale jusqu'ici beaucoup moins étudiés aux États-Unis qu'en Europe.

Les modèles explicatifs du vote n'ont de sens que dans le contexte spatial et temporel particulier qui leur donne naissance. S'ils ont traversé l'Atlantique, c'est au prix de nombreuses adaptations et transformations et leur évolution est parallèle sans être identique. Dans des systèmes multi-partisans comme la France ou les Pays-Bas, les partis politiques sont à la fois trop nombreux et trop changeants pour susciter

15. George Marcus, *The Sentimental Citizen. Emotion in Democratic Politics*, University Park (PA), Pennsylvania State University Press, 2002.

16. Alan S. Zuckerman (dir.), *The Social Logic of Politics. Personal Networks as Contexts for Political Behaviour*, Philadelphie (Penn.), Temple University Press, 2005.

un attachement durable. Plus que l'identification partisane, c'est le clivage gauche droite, hérité de la révolution de 1789, qui apparaît comme le facteur structurant et stabilisateur de l'espace politique. Quant à l'idée selon laquelle la politique reflète les structures sociales, elle s'est d'emblée imposée en Europe à la fois sous l'influence du marxisme et des controverses qu'il a suscitées, et aussi parce que les partis européens, à la différence des partis américains, se sont d'abord construits sur la base de clivages sociaux et religieux, comme le montre le livre de référence de Seymour M. Lipset et Stein Rokkan[17]. Les conflits de classes ont joué un rôle fondamental, les partis de gauche prenant en charge les revendications ouvrières et les partis de droite celles des classes moyennes et supérieures. C'est ce que montrent les travaux fondateurs de Richard Butler et David Stokes en Angleterre, de Guy Michelat et Michel Simon pour la France[18]. Quant à la religion, l'étude dirigée par Richard Rose[19] souligne l'influence décisive qu'elle exerce sur les choix électoraux, supérieure à celle de la classe sociale dans la majorité des démocraties étudiées, les électeurs les plus religieux se montrant systématiquement les plus conservateurs.

Depuis la fin des années 1970, toutefois, ce modèle « sociologique » semble perdre de son pouvoir explicatif. Il ne rend plus compte de la volatilité croissante des électorats ni de la montée de partis hors système, notamment à l'extrême droite. Comme aux États -Unis, elles conduisent à remettre en cause les modèles déterministes et à saluer la naissance de l'électeur « individualiste », « rationnel », « stratège » et plus réactif au contexte[20]. À terme, le « vote sur enjeux » serait en passe de remplacer « le vote sur clivage » à base confessionnelle ou socioprofessionnelle, comme le démontre l'analyse comparative systématique menée par Marc Franklin et ses collègues[21].

Mais aux États Unis aussi, on assiste à la contre-offensive des partisans

17. Seymour M. Lipset et Stein Rokkan, *Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives*, New York (NY), Free Press, 1967.

18. Guy Michelat et Michel Simon, *Classe, Religion et Comportement politique*, Presses de Science Po / Éditions sociales, 1977.

19. Richard Rose (dir.), *Electoral Behavior: a Comparative Handbook*, New York (NY), Free Press, 1974.

20. Voir notamment Philippe Habert, *Le Nouvel Électeur*, Paris, Vinci, 1996, et Hilde T. Himmelweit, Patrick Humphreys, Marianne Jaeger, Michael Katz, *How Voters Decide: a Longitudinal Study of Political Attitudes and Voting Extending Over Fifteen Years*, Londres, Academic Press, 1981.

21. Marc Franklin (dir.), *Electoral Change. Responses to Evolving Social and Attitudinal Structures in Western Countries*, Cambridge (Mass.), Cambridge University Press, 1992.

du modèle sociologique. À partir de méthodes statistiques plus sophistiquées et de découpages socioprofessionnels et politiques plus fins, tenant compte, plus que le classique indice d'Alford, de la complexité des sociétés postindustrielles et des recompositions partisanes, d'autres travaux relativisent le déclin du vote de classe et discernent de nouveaux clivages, qui tiennent au statut d'indépendant ou de salarié, au statut public ou privé, au genre ou à l'ethnicité [22].

Jusqu'ici on a essentiellement traité de la dimension décisive du vote. Il a certes bien d'autres significations, il peut être aussi rituel, affirmation identitaire, signe d'intégration à une communauté et acte civique [23]. Mais quel que soit le sens que l'électeur attribue à son vote, même s'il n'est pas politique, il opère un choix, départage les candidats, désigne les vainqueurs et les vaincus du scrutin. Et pour savoir qui va voter pour qui, à l'élection présidentielle de 2007, ces trois modèles explicatifs de base ne sont pas inutiles. Le premier invite à resituer électeurs et électrices dans leurs territoires et leurs réseaux d'interconnaissances, dans les multiples groupes qui façonnent leur identité. Le deuxième explore les attitudes et les valeurs qui structurent leur perception du champ politique. Le troisième insiste sur la part d'indétermination, de liberté, de stratégie que comporte tout vote et sa réactivité au contexte spécifique à l'élection considérée. Autant de perspectives distinctes, mais complémentaires sur l'acte électoral.

22. Voir, en Angleterre, les travaux menés à l'université d'Oxford par Anthony Heath, Roger Jowell, John Curtice, ou, en France, les enquêtes électorales du CEVIPOF et du CIDSP. Pour une présentation synthétique, voir Pascal Perrineau, Dominique Reynié (dir.), *Dictionnaire du vote*, PUF, 2001.

23. Voir Sophie Duchesne, « Comment appréhender la dimension symbolique du vote ? », *in* Nonna Mayer (dir.), *op. cit.*, p. 177-199.