

j. stoetzel et a. girard

# les sondages d'opinion publique



Ps 03

COLLECTION SUP

---

# Les sondages d'opinion publique

JEAN STÖETZEL ET ALAIN GIRARD  
*Professeurs à l'Université René-Descartes - Paris V*



---

PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE

1973

## TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS .....	5
INTRODUCTION .....	7
1. Les nouvelles d'opinion.....	7
2. Les sondages et la lutte politique .....	9
3. Opposition aux sondages.....	14

### PREMIÈRE PARTIE

#### *L'ÉTUDE SCIENTIFIQUE DE L'OPINION PUBLIQUE*

CHAPITRE PREMIER. — <i>L'opinion publique</i> .....	19
1. L'opinion publique comme force politique .....	19
2. Caractère psychosocial de l'opinion .....	24
3. Fonction des sondages.....	32
CHAPITRE II. — <i>Histoire et développement des sondages</i> .....	37
1. La genèse des sondages d'opinion .....	37
A) Rapports administratifs et votes de paille .....	38
B) La méthode représentative .....	41
C) La mesure des attitudes .....	44
D) Les études de marché.....	48
2. Le développement des sondages aux États-Unis .....	50
CHAPITRE III. — <i>L'observation permanente de l'opinion publique</i> .....	56
1. Extension des études .....	56
2. Coopération internationale .....	60
3. Organisation de la recherche .....	67
4. Financement et coût .....	70

## DEUXIÈME PARTIE

FONDEMENTS THÉORIQUES  
ET PRATIQUE DES SONDAGES D'OPINION PUBLIQUE

CHAPITRE PREMIER. — <i>Certitude et probabilité</i> .....	75
1. Théorie et pratique .....	75
2. Les sondages préélectoraux et les enquêtes d'opinion .....	77
A) Nature et précision des résultats .....	77
B) La loi des grands nombres .....	93
C) Nombre de personnes interrogées .....	95
D) Stratification .....	101
E) Échantillonnage .....	103
F) Solutions pratiques .....	107
3. Les estimations des suffrages au terme d'un scrutin .....	115
4. Des intentions de vote à la répartition en sièges .....	127
CHAPITRE II. — <i>Expression et communication</i> .....	131
1. Les relations interpersonnelles et la communication .....	132
2. La situation d'entretien .....	134
3. Les types d'entretien .....	139
4. Le questionnaire .....	141
5. Les questions .....	143
6. Les enquêteurs .....	153
7. Enquêtes par correspondance .....	156
8. « Panels », enquêtes longitudinales .....	157
9. Le contexte .....	165
CHAPITRE III. — <i>Analyse des données</i> .....	169
1. Dépouillement .....	169
2. Exploitation .....	171
3. Analyse .....	172

## TROISIÈME PARTIE

## CONNAISSANCE DE L'OPINION PUBLIQUE

CHAPITRE PREMIER. — <i>Structures sociales et structures de l'opinion</i> .....	177
1. Les sondages, instrument d'analyse .....	177
2. La psychologie politique des femmes .....	179
3. Influence de l'âge .....	185
4. Les facteurs sociaux .....	192
5. Séparation des facteurs .....	198
6. L'appartenance religieuse .....	199
7. La société .....	202

CENTRE UNIVERSITAIRE  
DE TIZI-OUZOU  
BIBLIOTHÈQUE UNIVERSITAIRE

CHAPITRE II. — <i>L'opinion et les comportements collectifs</i> .....	206
1. La psychologie économique .....	206
2. Comportements démographiques et sociaux .....	214
A) La natalité, phénomène d'opinion .....	214
B) L'allongement de la vie moyenne .....	223
C) La vie urbaine .....	226
3. L'information collective et la propagande .....	229
4. Idéologie et politique intérieure .....	235
5. Politique étrangère .....	244
6. Le seuil de résistance .....	256
CHAPITRE III. — <i> Valeur et portée des sondages d'opinion</i> .....	258
1. Les faits et les opinions : la situation .....	258
2. Les opinions et les conduites : la prévision .....	261
3. La publication des résultats .....	264
4. Sondages d'opinion et démocratie .....	268
BIBLIOGRAPHIE .....	275