

JÉRÔME JAFFRÉ

Effets de campagne, changements de l'électorat

A l'égard des campagnes électorales, les observateurs politiques oscillent entre deux analyses. Selon la première, la campagne ferait l'élection : l'état du rapport des forces, la donne politique seraient balayés dans les deux ou trois mois précédant le scrutin. C'est au cours de cette période clef que les électeurs feraient leur choix. Plus encore, il ne ferait pas bon aborder ce moment décisif en position de favori. Le second discours est qu'en réalité la campagne ne serait un moment fort que pour les médias et les hommes politiques. Le choix des électeurs, lui, serait tranché depuis longtemps et connu grâce aux sondages d'opinion. Si le corps électoral peut beaucoup varier devant un choix nouveau qui lui est proposé — comme celui d'un référendum — le changement serait beaucoup plus rare dans un choix classique et structuré.

Pour étudier sans *a priori* l'effet des campagnes électorales¹, j'ai examiné dans toute la mesure des données disponibles l'état de l'opinion à trois moments successifs de la campagne — à trois mois du scrutin (M — 3), à un mois (M — 1) et à quelques jours (au point M) — en France pour toutes les élections importantes depuis 1973, en Grande-Bretagne pour les élections législatives depuis 1945 et aux Etats-Unis pour les élections présidentielles depuis 1948². Pour réduire l'effet de biais bien connu des conventions américaines, le sondage utilisé à M — 3 est autant que possible la pre-

1. Sur ce sujet peu traité en France, l'étude de référence est celle de Roland Cayrol, « Le rôle des campagnes électorales » dans l'ouvrage collectif *Explication du vote*, paru aux Presses de la Fondation nationale des Sciences politiques en 1985, sous la direction de Daniel Gaxie.

2. Les enquêtes d'opinion utilisées dans cet article émanent en France de la SFRES, aux Etats-Unis et en Grande-Bretagne de CALLUP.

mière enquête effectuée après ces grands événements médiatiques républicain et démocrate.

— Au vu des indications ainsi rassemblées qui concernent au total 34 scrutins, il apparaît que la campagne électorale renverse exceptionnellement le résultat de l'élection tel que les sondages le laissaient prévoir à M — 3 :

— Aux États-Unis, la période des conventions est propice à des retournements momentanés mais si l'on isole depuis 1980 cette quinzaine un peu folle, le seul cas connu d'inversion de la tendance reste l'élection présidentielle de 1948 où Truman donné battu à M — 3, comme d'ailleurs jusqu'au dernier sondage, l'emporta finalement sur son rival républicain Dewey.

— En Grande-Bretagne, on ne relève sur 14 scrutins qu'un seul cas indiscutable : les élections législatives de 1950. Les élections de 1970 et 1992, si souvent citées et gagnées toutes les deux par les conservateurs, offrent en réalité une situation plus complexe. En 1970, les conservateurs possédaient à M — 3 une nette avance qu'ils perdirent à partir de M — 1 (ce qui provoqua la dissolution de la Chambre des Communes par le Premier ministre travailliste Harold Wilson) mais retrouvèrent dans les urnes le jour J. En 1992, le sondage GALLUP, qui constitue la source retenue pour ce travail, met à égalité à M — 3 conservateurs et travaillistes avant d'accorder au point M un très léger avantage au parti de John Major (38,5 % contre 38 %).

— En France, la situation est plus difficile à apprécier en raison du système multipartisan et de l'existence en règle générale de deux tours de scrutin. Le critère retenu a été l'écart du premier tour entre le parti de tête et le parti placé en seconde position. A gauche, il s'agit toujours depuis 1978 du Parti socialiste et des divers gauche. A droite, le critère concerne tantôt le courant UDF tantôt le courant RPR mais pour plusieurs scrutins (1978, 1984, 1986, 1989 et 1992), le système de candidatures rend nécessaire de retenir l'ensemble de la droite modérée. Dans les neuf scrutins ainsi observés¹, aucun cas de retournement n'est à retenir. Il en est de même si l'on retient le critère du rapport Gauche + Ecologiste/Droite, y compris aux élections législatives de 1978 où la droite donnée battue à M — 3 comme au point M reste minoritaire en voix au premier tour de l'élection mais emporte finalement la majorité des sièges.

1. Faute de données disponibles à M — 3, les élections provoquées par le décès du chef de l'Etat (présidentielle de 1974) ou la dissolution de l'Assemblée nationale (législatives de 1981 et 1988) n'ont pas été prises en compte.

Sur 34 scrutins, seuls deux cas de retournement sont ainsi établis de façon certaine. La confirmation du résultat enregistré à M — 3 est donc la règle. Mais les campagnes électorales produisent tout de même des changements importants qu'il convient maintenant d'analyser en recensant neuf effets, contre-effet ou non-effet.

LE CLIMAT DE L'OPINION PUBLIQUE

1. L'effet de mobilisation politique

En premier lieu, les campagnes électorales produisent un effet de mobilisation politique des citoyens comme le montre, faute d'avoir pu rassembler des données internationales, l'exemple français.

TABLEAU 1. — *La mobilisation politique
au cours des campagnes électorales : l'exemple français
(S'intéressent beaucoup ou assez à la consultation)*

	A M — 3	A M — 1	Au point M	Evolution M/M — 3	Taux de participation à l'élection
Européennes 1979	48 %	54 %	55 %	+ 7 points	61,2 %
Présidentielle 1981	59 %	66 %	68 %	+ 9 points	81,5 %
Européennes 1984	51 %	50 %	56 %	+ 5 points	57,2 %
Législatives 1986	58 %	63 %	58 %	0 point	78,5 %
Présidentielle 1988	66 %	69 %	66 %	0 point	82,0 %
Européennes 1989	59 %	59 %	56 %	— 3 points	49,7 %
Régionales 1992	42 %	51 %	53 %	+ 11 points	68,7 %

Source : Sondages préélectoraux de la SOFRES.

La mobilisation est la règle à la seule exception des Européennes de 1989 où le taux d'intérêt situé initialement à 59 % a légèrement baissé pour s'établir à quelques jours du scrutin à 56 %. La comparaison des taux d'intérêt au point M permet de classer les différentes élections selon l'engouement qu'elles suscitent dans l'opinion publique. L'élection présidentielle vient largement en tête (68 % en 1981, 66 % en 1988) devant les élections législatives, européennes puis régionales. La classification conduit ainsi à opposer les scrutins décisifs aux scrutins secondaires, les consultations natio-

nales aux consultations locales, les élections à grande simplicité médiatique aux élections démultipliées dans le pays.

Si l'on considère l'évolution entre M — 3 et le point M, on peut se demander si la mobilisation en campagne ne tend pas depuis quelques années à s'émousser. La progression était beaucoup plus forte entre 1979 et 1984 qu'entre 1986 et 1989. La comparaison des deux élections présidentielles est à cet égard éclairante : le gain avait été de neuf points en 1981, il est nul sept ans plus tard. A cette thèse de l'affaiblissement des campagnes, le scrutin régional de 1992 offre cependant un démenti puisque le taux d'intérêt a crû en trois mois de 11 points. L'avenir dira s'il s'agit là d'une exception ou d'un retournement de tendance mais il est à noter que le taux d'intérêt initial était le plus faible de tous les scrutins comparés et qu'il en est de même, malgré la mobilisation enregistrée, pour le taux d'intérêt final.

L'une des surprises les plus frappantes réside enfin dans l'absence de lien entre le taux d'intérêt des électeurs et leur taux de participation. Sans doute peut-on penser que la dimension nationale de l'élection et sa simplicité médiatique constituent les éléments constitutifs de l'intérêt suscité, alors que d'autres éléments entrent en jeu dans la participation électorale comme l'importance de la consultation ou le délai écoulé depuis le dernier scrutin. Sur ce plan, l'exemple des Législatives de 1981 et 1988 organisées dans la foulée des élections présidentielles est significatif. Le degré d'intérêt est élevé (75 % en 1981, 62 % en 1988) car l'opinion demeure sous le coup de sa mobilisation présidentielle mais la participation est assez faible (70,9 % en 1981, 66,1 % en 1988) car la partie décisive semble avoir été jouée quelques semaines plus tôt.

2. *L'effet de dynamisation psychologique*

Pour les 9 scrutins étudiés depuis 1973, le baromètre mensuel du *Figaro-Magazine* permet de suivre l'évolution du moral des Français au cours de la campagne électorale (tableau 2). Certains traits décrits dans l'évolution de l'intérêt porté à la consultation s'y retrouvent. Mais ici la classification par période l'emporte sur la classification par type de scrutins. A la période 1973-1981 où l'amélioration de l'indice d'humeur était constante s'oppose la période 1984-1989 où les campagnes électorales ont un effet bien moindre. On retrouve la césure fondamentale provoquée par l'alternance de 1981. Le changement politique et les déceptions qui l'ont suivi ont brisé la dimension d'espérance que contenait l'acte électoral.

TABLEAU 2. — *L'indice de moral
au cours des campagnes électorales : l'exemple français
(Écart entre le pourcentage d'optimistes et le pourcentage de pessimistes)*

	A M — 3	A M — 1	Au point M	Evolution M/M — 3
Législatives 1973	— 6	+ 4	+ 2	+ 8
Législatives 1978	— 26	— 18	— 12	+ 14
Européennes 1979	— 53	— 39	— 46	+ 7
Présidentielle 1981	— 66	— 52	— 55	+ 11
Européennes 1984	— 58	— 63	— 61	— 3
Législatives 1986	— 30	— 29	— 28	+ 2
Présidentielle 1988	— 32	— 30	— 26	+ 6
Européennes 1989	— 20	— 18	— 21	— 1
Régionales 1992	— 70	— 65	— 59	+ 11

Source : Baromètre *Figaro-Magazine*/SOFRES.

L'élection présidentielle conserve cependant un statut particulier : le scrutin de 1988 exerce un effet direct sur l'humeur des Français. A l'inverse, les Européennes, hormis leur première édition, ne modifient en rien le climat. Enfin, les Régionales de 1992 constituent à nouveau l'exception mais il convient derechef de relever que l'indice de moral à M — 3 est le plus bas de toute la série et malgré sa spectaculaire amélioration, il le demeure à l'issue de cette période, à la seule exception des Européennes de 1984.

LES MOUVEMENTS ÉLECTORAUX DANS LES SONDAGES

Sur les effets des campagnes électorales, la question centrale est celle du changement dans les intentions de vote. Pour en prendre la mesure, examinons en Grande-Bretagne, aux États-Unis et en France l'évolution de l'écart séparant les deux principaux partis ou candidats entre les sondages effectués à M — 3 et au point M, sans prendre en compte la justesse de la dernière enquête par rapport aux résultats effectifs du scrutin, car ce qui intéresse ici est moins son exactitude que les mouvements en campagne décelés par les sondages.

Trois schémas d'évolution sont théoriquement possibles :

- la stabilité : le changement en cours de campagne est inférieur à un point ;
- l'accentuation : le parti ou le candidat placé en tête à M — 3 accentue son avance jusqu'au point M ;
- le resserrement : l'écart entre les deux principaux partis ou candidats se réduit au cours de la campagne électorale.

3. *L'effet de changement*

Si l'on conservait un doute sur l'importance des campagnes électorales, la lecture du tableau 3 devrait le lever. Le changement est la règle puisque les cas de stabilité sont très minoritaires : 5 scrutins seulement sur les 34 étudiés. Aucun en France. Trois en Grande-Bretagne : les législatives de 1951 où l'avance des conservateurs à M — 3 est confirmée à M — 1 (mais on ne dispose pas de sondage au point M), les législatives de 1987 où l'avance très importante des conservateurs se maintient et, curieusement, les législatives de 1992 où le rapport de forces reste très serré dans les sondages mais plus du tout dans les urnes (41,9 % pour les conservateurs, 34,2 % pour les travaillistes). Enfin deux cas sont à relever aux Etats-Unis : la fameuse présidentielle de 1960 si serrée de bout en bout entre Kennedy et Nixon : 50/50 à M — 3, 51/49 au point M, 49,7 % contre 49,5 % dans les urnes et la présidentielle de 1980 où Reagan possède un avantage de trois points à M — 3, qu'il conserve au point M avant de l'accentuer dans les urnes.

De même, l'accentuation de l'avance en faveur du candidat ou du parti en tête est peu fréquente ne se produisant que dans un cas sur quatre. En France, on ne relève que deux élections, les plus marquées par le vote-sanction contre les socialistes, les Européennes de 1984 et les Régionales de 1992. Dans les deux cas, l'UDF-RPR accentue son avance entre les points M — 3 et M, au fur et à mesure que se confirme le rejet dont souffre le Parti socialiste. Aux Etats-Unis, trois victoires républicaines appartiennent à cette catégorie : les réélections d'Eisenhower en 1956 et de Reagan en 1984 et la victoire de Bush en 1988 qui prend la tête après les conventions et ne cesse d'accentuer son avance. En Grande-Bretagne, enfin, on relève quatre cas dont trois dissolutions (1966, octobre 1974 et 1983).

TABLEAU 3. — *Typologie des campagnes électorales selon le mouvement observé et les exemples anglais, américain et français*

	Accentuation de l'écart entre les deux principaux candidats et partis	Stabilité de l'écart
Campagnes anglaises	Législatives 1959 4 points Législatives 1966 4 points Législatives 1983 4 points Législatives 1974 II 3 points	Législatives 1987 1 point Législatives 1992 0,5 point Législatives 1951 0 point
Campagnes américaines	Présidentielle 1956 7 points Présidentielle 1984 7 points Présidentielle 1988 3 points	Présidentielle 1960 1 point Présidentielle 1980 0 point
Campagnes françaises	Régionales 1992 4 points Européennes 1984 2,5 points	
Total : 34 scrutins	9 cas (26,5 %)	5 cas (14,7 %)

Source : Sonc

4. *L'effet de resserrement*

En définitive, l'effet le plus fréquent est bien celui d'un resserrement de l'écart entre les deux principaux candidats ou partis : il concerne trois élections sur cinq. Cet effet est particulièrement net dans les élections présidentielles à la seule exception curieusement de celle de 1981 en France (mais ce ne serait pas le cas si la référence initiale était à $M - 5$ plutôt qu'à $M - 3$). En 1988, l'avantage de Mitterrand sur Chirac se réduit au cours de la campagne mais sa marge de sécurité était suffisante pour lui assurer une réélection aisée. Aux Etats-Unis, des amplitudes très fortes ont été observées en 1968 et en 1976. Dans le premier cas, la forte avance de Nixon sur Humphrey à $M - 3$ (49 % contre 32 %) se réduit à un petit point à M et dans les urnes ; dans le second, l'avance massive de Carter sur Ford à $M - 3$ (64 % contre 36 %) s'inversa de très peu au point M pour finalement se retrouver dans les urnes (50,1 % contre 48 %). En revanche, dans les élections législatives, structurées par le phénomène partisan et l'implantation locale des personnalités, l'amplitude est moins forte, sauf cependant en 1970 en Grande-Bretagne. Observons en outre que dans ce pays l'effet de resserrement n'a pas joué lors des trois derniers scrutins.

Calculé sur les 20 scrutins qui l'affecte, l'effet de resserrement est en moyenne de 6,8 points, pouvant par exemple correspondre à une baisse de trois points du candidat ou du parti en tête et à une hausse de quatre points de son second. Pour les gouvernants amateurs de dissolution, un tel effet devrait être pris en compte dans leur stratégie. En Grande-Bretagne où la dissolution est de règle en fonction de l'opportunité politique, le succès final est fréquent (1966, 1974, 1983, 1987, 1992), l'échec rare (1951 et 1970 où il n'était pas imprévisible au vu des intentions de vote à $M - 3$). En France, les élections de dissolution ont toujours été gagnées par le parti du Président de la République, fût-ce d'extrême justesse comme en 1988.

CAMPAGNES FRANÇAISES

5. *Le contre-effet socialiste*

En France, les campagnes électorales constituent souvent un moment difficile pour le Parti socialiste. Dans six des neuf scrutins étudiés, il marque le pas entre $M - 3$ et le point M . Les cas de pro-

gression datent du début de la période étudiée où il poursuit son ascension et de 1986 où il se lance dans une véritable course-poursuite qu'il ne pourra gagner. Mais en règle générale le PS a bien du mal à transformer la sympathie dont il bénéficie en bulletins de vote et les campagnes constituent pour lui un moment d'ajustement progressif vers le bas.

TABLEAU 4. — *L'évolution des intentions de vote en France entre M — 3 et le point M*

	Evolution du Parti communiste	Evolution du Front national	Evolution du Parti socialiste et des divers gauche
Législatives 1973	— 3 points		+ 1 point
Législatives 1978	+ 0,5 point		+ 1 point
Européennes 1979	+ 1 point		— 2,5 points
Présidentielle 1981	+ 3 points		— 1 point
Européennes 1984	+ 1 point	+ 2 points	— 1,5 point
Législatives 1986	+ 0,5 point	— 0,5 point	+ 2,5 points
Présidentielle 1988	+ 2,5 points	+ 2 points	— 4 points
Européennes 1989	+ 2 points	+ 2 points	— 4,5 points
Régionales 1992	+ 1 point	0 point	— 4,5 points

Source : Sondages préélectoraux de la SOFRES.

6. *L'effet des partis extrêmes*

Ignoré des pays anglo-saxons, le vote extrême est important en France. On aurait pu imaginer que la politisation étant plus élevée parmi ces électeurs, les partis extrêmes mobilisaient plus tôt leurs troupes, bénéficiaient de bons sondages à M — 3 puis baissaient jusqu'au point M au moment où les autres formations rattrapaient leur retard. Or l'examen des résultats aboutit à la conclusion inverse : il y a presque systématiquement progression en campagne des partis extrémistes (tableau 4) :

— Il en est ainsi du Parti communiste à la seule exception bien lointaine des législatives de 1973. Il y a progression du PC dans huit des neuf scrutins. De surcroît la présidentielle de 1969 où Jacques Duclos crédité de 10 % en début de campagne la termina à 17 % des intentions de vote et 21,5 % dans les urnes n'est

pas prise en compte dans ce tableau. Ces dernières années cependant le gain communiste en campagne tend à se réduire à environ un point, avec une plus grande élasticité — mais à un niveau très médiocre — lors de l'élection présidentielle.

— Le mouvement est un peu plus net pour le Front national depuis son émergence à un haut niveau sur la scène électorale. Sauf exception, le FN a progressé en campagne bénéficiant d'un bonus d'environ deux points, sauf cependant en 1986 et en 1992 où cette absence de gain final explique sa déception de n'avoir pu atteindre ses objectifs.

7. *L'effet de la présidentielle*

Beaucoup des indications déjà décrites mettent en exergue l'élection présidentielle qui apparaît comme le scrutin majeur, celui qui suscite le plus d'intérêt, modifie le plus le climat psychologique et s'accompagne de la plus grande amplitude dans les changements de vote.

L'importance des campagnes électorales est confirmée à l'examen du tableau 5 qui porte sur l'évolution de la détermination des votants dans les sept grands scrutins organisés depuis 1979. En fin de campagne, les élections présidentielles se situent à nouveau parmi les scrutins qui suscitent le plus fort taux de détermination. Plus encore : à travers les deux exemples de 1981 et 1988, ce sont les consultations qui enregistrent en campagne le plus fort mouvement : le gain dans la détermination électorale est de 20 points en 1981 et de 16 en 1988.

TABLEAU 5. — *L'évolution du degré de détermination des votants depuis 1979 : l'exemple français*

	A M — 3	A M — 1	Au point M	Evolution M/M — 3
Européennes 1979	63 %	76 %	72 %	+ 9 points
Présidentielle 1981	67 %	83 %	87 %	+ 20 points
Européennes 1984	70 %	71 %	82 %	+ 12 points
Législatives 1986	75 %	79 %	85 %	+ 10 points
Présidentielle 1988	68 %	83 %	84 %	+ 16 points
Européennes 1989	66 %	67 %	78 %	+ 12 points
Régionales 1992	63 %	74 %	77 %	+ 14 points

Source : Sondages préélectorales de la SOFRES.

8. *Le non-effet de la popularité*

Les sondages de popularité, on le sait, constituent des éléments précieux sur l'état de l'opinion et la capacité de mobilisation ou de rassemblement des leaders. En revanche, l'examen des mouvements de popularité en campagne montre une certaine indépendance avec l'évolution des intentions de vote.

Certes, liée au mécanisme de la mobilisation politique, la tendance est à l'accroissement de la popularité de l'ensemble des partis et des leaders, en particulier ceux qui sont directement engagés dans la campagne électorale. Le phénomène est parfois ample. Il peut correspondre à la redécouverte d'un partenaire dont l'appoint au second tour sera précieux. Ainsi, la popularité du Parti communiste et de son leader tend-elle à remonter en campagne par mobilisation de ses sympathisants mais aussi en fonction des variations de l'électorat socialiste qui redécouvre soudain les vertus de l'union de la gauche.

Ces phénomènes de hausse sont fréquents mais ils ne correspondent pas toujours à des évolutions similaires dans les intentions de vote. Ainsi la hausse de popularité de l'UDF en 1981 ou du PS en 1992 s'accompagne d'un recul prononcé dans les intentions de vote. Aux Européennes de 1984 et 1989, les cotes de popularité de Jospin et Fabius progressent fortement alors que leur parti recule dans l'électorat. Les variations de l'exécutif sont plus cohérentes. Il y a bien chute du tandem Giscard d'Estaing/Barre en 1981, progression du tandem Mitterrand/Fabius en 1986. Mais en sens inverse il y a baisse du « tandem » Mitterrand/Chirac en 1988, alors que le recul dans les intentions de vote ne concerne que le seul président, et inversement progression du tandem Mitterrand/Rocard en 1989 alors même que leur parti subit en campagne une forte baisse.

9. *L'effet-refondation de l'opinion après l'élection*

L'acte électoral, la connaissance politique que les résultats apportent aux électeurs, les changements qu'il génère dans l'attribution de l'exécutif constituent l'ultime impact de la période électorale sur l'état de l'opinion. Il est considérable tant sur le moral des électeurs que sur la popularité des leaders politiques et des partis (tableau 6).

Le principal critère de distinction oppose les élections à enjeu national aux élections de second ordre pour reprendre la coupure

TABLEAU 6. — *Les changements de l'opinion dans la foulée de l'élection**(Ecart entre le point M et M + 1)*

	Evolution de l'indice de moral	Evolution de la popularité des leaders de campagne			
		PC	PS	UDF	RPR
Législatives 1973	+ 19	— 2	+ 1	+ 8	0
Législatives 1978	+ 11	+ 2	0	+ 2	+ 4
Européennes 1979	— 2	+ 1	— 6	— 4	— 3
Présidentielle 1981	+ 41	+ 5	+ 22	— 18	— 6
Européennes 1984	+ 1	— 3	— 6	— 6	
Législatives 1986	+ 8	— 5	— 5	— 11	+ 4
Présidentielle 1988	+ 6	+ 1	+ 4	+ 3	— 7
Européennes 1989	— 2	— 3	— 11	+ 4	
Régionales 1992	— 3	— 2	0	+ 5	+ 4

	Evolution de l'indice de popularité des partis			
	PC	PS	UDF	RPR
Législatives 1973	+ 6	+ 6	+ 6	+ 6
Législatives 1978	+ 6	+ 2	+ 4	+ 6
Européennes 1979	+ 2	— 6	— 2	+ 1
Présidentielle 1981	+ 19	+ 34	— 9	— 11
Européennes 1984	— 7	— 4	— 2	+ 2
Législatives 1986	— 8	+ 9	+ 7	+ 10
Présidentielle 1988	— 1	+ 10	+ 2	— 5
Européennes 1989	— 13	— 8	— 1	+ 6
Régionales 1992	+ 1	— 13	+ 12	+ 11

Source : Baromètre *Figaro-Magazine*/SOFRES.

classique de Karl-Heinz Reif et Hermann Schmitt¹. Par rapport au dernier baromètre *préélectoral*, l'accroissement de l'indice de moral est élevé à l'occasion des élections présidentielles et législatives, faible voire le plus souvent négatif lors des consultations européennes et régionale. De la même façon, les mouvements de

1. Karl-Heinz Reif et Hermann Schmitt, Nine second-order national elections. A conceptual framework for the analysis of European elections results, *European Journal of political research*, 8, 1980, p. 3-44.

popularité sont beaucoup plus élevés lors des grands scrutins. On enregistre même un recul presque systématique des leaders de campagne après la période de mobilisation des Européennes.

La différence entre les élections présidentielles de 1981 et 1988 éclate : celle de 1981 avait suscité une formidable remontée de l'indice de moral, une hausse vertigineuse de popularité de la gauche et plus encore des socialistes ; celle de 1988 provoque peu d'effet sur le moral des Français et modifie beaucoup moins les structures de la popularité. Il est vrai que la première est l'élection de François Mitterrand et la seconde sa réélection. Il y a là une distinction sans aucun doute importante entre élection d'alternance et élection de confirmation.

En définitive, il est possible de distinguer trois types de scrutin selon leur impact postélectoral sur la popularité. Apparaissent ainsi *les élections consensuelles* où les électeurs accordent généreusement un bonus à tous les partis et leaders, *les élections de division* où la distinction est nette entre vainqueurs et vaincus et enfin *les élections d'indifférence* où la mobilisation de campagne est immédiatement suivie d'une dépression postélectorale qui fait plonger la popularité des leaders et des partis.

TABLEAU 7. — *Typologie des élections selon les mouvements de popularité postélectorales : l'exemple français*

Elections consensuelles	Elections de division	Elections d'indifférence
Législatives 1973	Présidentielle 1981	Européennes 1979
Législatives 1978	Régionales 1992	Européennes 1984
Législatives 1986		Européennes 1989
Présidentielle 1988		

Cette typologie recoupe étroitement la nature des élections, les Européennes opérant un tir groupé dans l'indifférence. L'élection présidentielle marque davantage une distinction retrouvant l'adage « Malheur aux vaincus » : la perte est de 18 points en 1981 pour le président vaincu et de 7 points en 1988 pour le Premier ministre défait. Mais en 1981 UDF et RPR sont associés dans l'échec alors qu'en 1988 seul le RPR est atteint.

Cette étude préliminaire, trop limitée faute de recherches suffisamment développées, marque bien que les campagnes électorales ont davantage un effet de mobilisation de l'opinion qu'un véritable effet de retournement. Leur efficacité semble se réduire en France : dans la période 1973-1981, on enregistrait une montée de l'intérêt et des attentes plus élevées qu'au cours de la dernière décennie. L'élection présidentielle de 1988 n'a pas provoqué le même engouement, postélectoral mais aussi préélectoral, que celle de 1981.

On peut toutefois se demander au vu des Régionales de 1992 si la baisse de l'engagement politique des Français ne va pas accroître l'importance des campagnes. La faible implication observée à trois mois du scrutin tend à s'atténuer au fur et à mesure qu'approche l'élection. A l'opinion atone de la période hors-élection succède en campagne une opinion remobilisée. Dans une société moins structurée par la politique et le phénomène partisan, les campagnes électorales pourraient jouer un véritable rôle de mobilisation et peut-être même de modification voire de bouleversement des intentions de vote.

RÉSUMÉ. — *A travers les exemples anglais, américain et surtout français, les campagnes électorales produisent neuf effets, contre-effet ou non-effet : 1) l'effet de mobilisation politique ; 2) l'effet de dynamisation psychologique ; 3) l'effet de changement ; 4) l'effet de resserrement ; 5) le contre-effet socialiste ; 6) l'effet des partis extrêmes ; 7) l'effet de la présidentielle ; 8) le non-effet de la popularité ; 9) l'effet-refondation de l'opinion après l'élection.*