

LEÇON 7 :

Sondages d'opinion

OBJECTIF

Les élèves en apprendront davantage sur les sondages d'opinion et leur influence sur les électeurs et les campagnes électorales.

MOTS CLÉS

sondage, sondage d'intention, sondage spécialisé, marge d'erreur

QUESTIONS À POSER PENDANT LA LEÇON

- Qu'est-ce qu'un sondage?
- Quels sont les différents types de sondages?
- Quelle est l'incidence des nouvelles technologies sur les sondages?
- Comment les sondages d'opinion influencent-ils l'élection?

OUTILS ADDITIONNELS

- Présentation PowerPoint 7 : Sondages d'opinion lors d'une élection

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

Amorce : 15 à 20 min

Trouvez un article sur un récent sondage d'opinion, ou un résumé de ce sondage, afin de présenter le concept de sondage aux élèves.

1. Demandez aux élèves de répondre à une ou à plusieurs questions d'un sondage d'opinion récent. Il peut s'agir d'un exercice informel ou vous pouvez créer un véritable sondage sur papier.
2. Compilez les résultats et communiquez-les aux élèves. Les élèves sont-ils surpris des résultats ou les avaient-ils prédits?
3. Comparez les résultats des élèves avec les résultats officiels du sondage. Les élèves suivent-ils la tendance ou obtiennent-ils des résultats différents?
4. Faites une courte récapitulation. Pourquoi pensez-vous que les résultats étaient les mêmes ou différents? Quels facteurs influent sur les résultats d'un sondage (p. ex. géographie, âge)? Comment pensez-vous que les sondages d'opinion influencent les campagnes électorales?

Directives : 10 à 15 min

1. Un sondage d'opinion est une question ou une série de questions visant à mesurer l'opinion du public sur un sujet donné ou une série de sujets. L'opinion publique peut varier d'une journée à l'autre, mais les résultats du sondage présentent un aperçu de l'opinion des citoyens à un moment précis.
2. Les résultats des sondages sont souvent annoncés au cours de la période précédant la campagne et en cours de campagne. Au cours d'une campagne électorale fédérale, il est fréquent de publier les résultats de plusieurs sondages par semaine, provenant de sources diverses. On a recours à deux principaux types de sondages lors d'une élection : les sondages d'intention et les sondages spécialisés. Les sondages d'intention visent à déterminer le leader, le parti ou le candidat que les électeurs préfèrent au moment du sondage, alors que les sondages spécialisés visent à évaluer certains enjeux de la campagne.
3. Un sondage ne peut jamais être exact à 100 % et plusieurs facteurs affectent la validité ou la légitimité d'un sondage, notamment la méthode de sélection des répondants, la taille de l'échantillon ou le nombre de personnes sondées, la formulation d'une question, le moment où les répondants sont sondés et même l'attitude de la personne qui pose les questions. Tous les sondages ont une marge d'erreur. Une marge d'erreur est une valeur minimale intégrée à la plupart des

sondages qui tient compte des erreurs de calcul ou des changements d'opinion. En général, la marge d'erreur se situe à environ 3 %. Par exemple, un candidat qui affiche une avance de 2 % dans un sondage ayant une marge d'erreur de 3 % pourrait se retrouver à égalité avec un autre candidat ou même derrière lui.

4. Par le passé, les sondages étaient menés au téléphone ou en personne. Les intervieweurs faisaient du porte-à-porte ou interrogeaient les gens dans la rue. Avec les nouvelles technologies, les sondages sont plus faciles, plus rapides et moins coûteux à réaliser. Ils se font maintenant en ligne, par l'entremise des médias sociaux ou par téléphone mobile. Ces sondages sont difficiles à interpréter de façon exacte et ne sont pas toujours représentatifs de la population, puisque les participants choisissent eux-mêmes d'y répondre, écartant ainsi tout caractère aléatoire.

5. Les sondages sont utilisés par les organismes de presse afin de faire connaître l'opinion du public et de favoriser le débat et la réflexion. Les partis politiques mènent également des sondages internes, ce qui les aide à prendre des décisions stratégiques, notamment viser une problématique particulière ou mettre l'accent sur une circonscription qu'ils souhaitent remporter.

Activité : 30 minutes de préparation et de mise en œuvre; 30 minutes pour l'étude des résultats et la récapitulation après l'activité

1. Ensemble ou en groupes, les élèves devront planifier et réaliser un sondage d'opinion lié à l'élection. Les répondants peuvent être des élèves de l'école, des parents ou des membres de la communauté.

Étape 1 : Déterminez le ou les groupes cibles et la taille de l'échantillon. Envisagez la possibilité de comparer les résultats entre différents groupes (p. ex. année, groupe d'âge, sexe).

Étape 2 : Établissez le but du sondage et les questions à poser. Certaines questions de nature démographique pourraient y être intégrées, comme l'âge et le sexe.

Étape 3 : Préparez le matériel requis pour réaliser le sondage (p. ex. questionnaire en format papier ou en ligne).

Étape 4 : Posez les questions et recueillez les réponses.

Étape 5 : Analysez les résultats et publiez-les. Les résultats doivent être traduits en pourcentages et en chiffres bruts. Une analyse plus approfondie permettra de comparer les résultats entre les différents groupes, selon l'échantillon et sa taille.

2. Examinez les résultats du sondage en classe. Si la classe est divisée en groupes, chaque groupe présente ses résultats au reste de la classe. Les résultats sont-ils étonnants? Quelles sont les observations que vous trouvez les plus intéressantes? Quelles difficultés

les élèves ont-ils éprouvées lors de la collecte et de l'analyse des données?

3. Invitez les élèves à diffuser leurs résultats. Les élèves peuvent rédiger des articles de journaux sur leurs conclusions, les transmettre lors des annonces matinales à l'école ou trouver d'autres façons de communiquer leurs résultats à leurs camarades.

Résumé : 5 à 10 min

Pour conclure, lancez une discussion sur l'influence des sondages lors d'une campagne électorale. Sinon, demandez aux élèves d'écrire leurs réflexions dans leur cahier électoral (voir *Possibilités d'évaluation*).

- Qu'avez-vous appris sur les sondages d'opinion?
- Quel effet, le cas échéant, le sondage a-t-il eu sur votre décision de voter pour un parti ou un candidat en particulier?
- Croyez-vous que les sondages d'intention ont une incidence positive ou négative sur les électeurs? Expliquez votre raisonnement.

POUR APPROFONDIR LA QUESTION

A. Tout au long d'une campagne électorale, vous prendrez connaissance des résultats de nombreux sondages. Chaque sondage est commandé par une entreprise, un organisme de presse ou un parti politique et contient diverses questions visant à obtenir une foule de renseignements. Ensemble, en groupes ou individuellement, les élèves devront comparer deux sondages d'opinion différents couvrant la même période. Demandez-leur de déterminer la source, le but du sondage, la taille de l'échantillon, le groupe d'âge, la représentation géographique et la marge d'erreur. Les résultats reflètent-ils les mêmes opinions? Essayez de déterminer pourquoi.

B. Créez un « coin sondage » dans la classe afin de présenter les résultats du sondage d'intention mené pendant la campagne. Affichez les résultats avec des photographies des chefs; préparez une frise chronologique se terminant par la journée de l'élection et inscrivez-y les différents résultats obtenus en cours de campagne. Pendant la campagne, notez toutes les annonces et tous les événements importants en vue de les analyser plus tard (p. ex. annonces liées à la plateforme d'un parti, débat des chefs). Une fois l'élection passée, évaluez la validité des résultats du sondage. Les résultats des sondages à la fin de la campagne laissaient-ils présager le résultat? Les résultats des sondages ont-ils changé de façon marquée d'une semaine à l'autre? Quels grands événements ou quelles grandes annonces ont eu une incidence sur les résultats du sondage?

C. Lors de récentes élections, les sondeurs ont été critiqués parce que les résultats de leurs sondages ne reflétaient pas l'issue du vote (p. ex. élection provinciale de 2013 en Colombie-Britannique, élection provinciale de 2012 en Alberta). Dans certains

cas, les sondeurs ont même prédit la victoire d'un tout autre parti. Croyez-vous que les résultats des sondages peuvent exercer une influence sur le taux de participation ou sur les intentions de vote? Discutez des avantages et des désavantages des sondages et de leurs effets sur une élection.

D. Lisez l'article dans La Presse intitulé "Le problème des sondages." Est-ce que les médias devraient continuer à rapporter les résultats des sondages?

INFORMATION DE BASE POUR LES ENSEIGNANTS

Qu'est-ce qu'un sondage d'opinion?

Un sondage d'opinion est une question ou une série de questions visant à mesurer l'opinion du public sur un sujet donné ou une série de sujets. L'opinion publique peut varier d'une journée à l'autre, mais les résultats du sondage présentent un aperçu de l'opinion des citoyens à un moment précis.

Comment utilise-t-on les sondages d'opinion lors des campagnes électorales?

Les résultats des sondages sont souvent annoncés au cours de la période précédant la campagne et en cours de campagne. Au cours d'une campagne électorale fédérale, il est fréquent de publier les résultats de plusieurs sondages par semaine, provenant de sources diverses. Les sondages sont utilisés par les organismes de presse afin de faire connaître l'opinion du public et de favoriser le débat et la réflexion. Les partis politiques mènent également des sondages internes, ce qui les aide à prendre des décisions stratégiques, notamment viser une problématique particulière ou mettre l'accent sur une circonscription qu'ils souhaitent remporter.

À quels types de sondages a-t-on recours?

On a recours à deux principaux types de sondages lors d'une élection : les sondages d'intention et les sondages spécialisés. Les sondages d'intention visent à déterminer le leader, le parti ou le candidat que les électeurs préfèrent au moment du sondage, alors que les sondages spécialisés visent à évaluer certains enjeux de la campagne.

Quels aspects d'un sondage ont une incidence sur sa validité?

Un sondage ne peut jamais être exact à 100 % et plusieurs aspects affectent la validité d'un sondage, notamment la méthode de sélection des répondants, la taille de l'échantillon ou le nombre de personnes sondées, la formulation d'une question, le moment où les répondants sont sondés et même l'attitude de la personne qui pose les questions.

Qu'est-ce que la marge d'erreur?

Une marge d'erreur est une valeur minimale intégrée à la plupart des sondages qui tient compte des erreurs de calcul ou des changements d'opinion. Par exemple, un candidat qui affiche une avance de 2 % dans un

sondage ayant une marge d'erreur de 3 % pourrait se retrouver à égalité avec un autre candidat ou même derrière lui. Tous les sondages ont une marge d'erreur, qu'elle soit déclarée ou non.

Comment les sondages ont-ils évolué au fil des ans?

Par le passé, les sondages étaient menés au téléphone ou en personne. Les intervieweurs faisaient du porte-à-porte ou interrogeaient les gens dans la rue. Avec les nouvelles technologies, les sondages sont plus faciles, plus rapides et moins coûteux à réaliser. Ils se font maintenant en ligne, par l'entremise des médias sociaux ou par téléphone mobile. Ces sondages sont difficiles à interpréter de façon exacte et ne sont pas toujours représentatifs de la population, puisque les participants choisissent eux-mêmes d'y répondre, écartant ainsi tout caractère aléatoire.

RESSOURCES EXTERNES

Sites Web de médias locaux et nationaux. Exemple :

- SRC — www.ici.radio-canada.ca/info
- TVA — www.tvanouvelles.ca

Entreprises de recherche et de sondage. Quelques exemples :

- CROP — www.crop.ca/fr
- Léger Recherche — www.leger360.com/fr-ca
- Harris/Décima — www.harrisdecima.ca/fr
- Ipsos Reid — www.ipsos.ca/fr
- Nanos — www.nanosresearch.com/main-FRE.asp
- SOM — www.som.ca/fr

Sites de sondages en ligne. Exemples :

- Fluid Surveys — www.fluidsurveys.com
- Survey Monkey — www.fr.surveymonkey.com