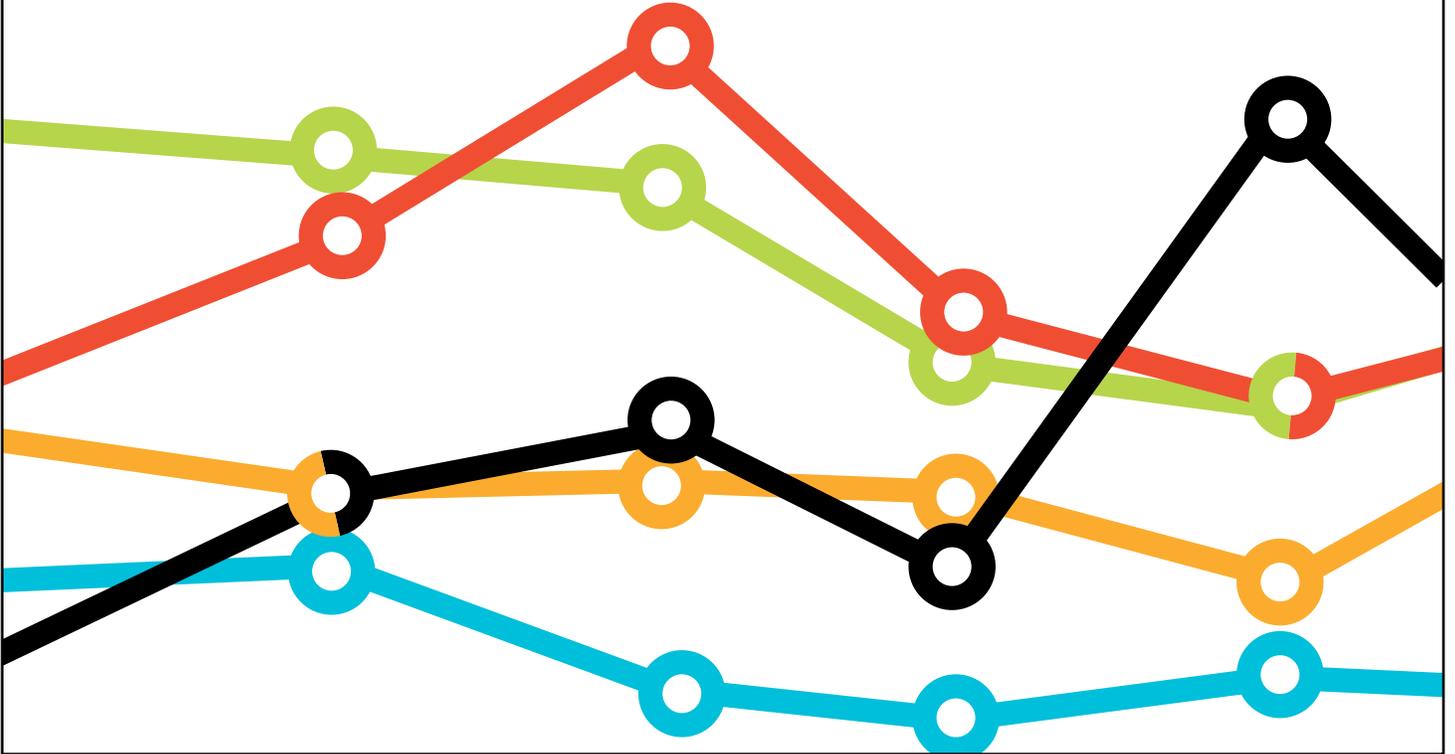


SONDAGES D'OPINION



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

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 quel est 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 et les politiques proposées.

Un sondage ne peut jamais être exact à 100 % et plusieurs aspects 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.

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, tirer de l'arrière ou encore, avoir 5 points d'avance.

Les méthodes de sondage ont changé au cours des dernières années. Par le passé, les sondages étaient menés au téléphone ou ou des interviewers étaient envoyés pour interroger les gens dans la rue ou à leur domicile. Les interviewers 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 le truchement 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.

LEÇON 7 : SONDAGES D'OPINION

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

GRANDE IDÉE

Le sondage d'opinion a une influence sur les électeurs et les campagnes électorales.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À l'issue de la leçon, les élèves devraient savoir ce qui suit :

- faits qui auront une incidence sur la validité et la fiabilité des données de sondage;
- comment la connaissance des données de sondage peut influencer sur les intentions de vote et le comportement;
- des facteurs, des forces et des événements peuvent influencer l'opinion publique et avoir une incidence sur l'issue de l'élection;

Les élèves devraient être en mesure d'accomplir les tâches suivantes :

- Évaluer la méthodologie d'un sondage d'opinion pour la validité;
- justifier des points de vue opposés après avoir étudié les points de discorde, la fiabilité des sources et la pertinence des faits;
- analyser les méthodes employées par les médias, les gouvernements et d'autres groupes importants pour influencer la perception du public sur un enjeu ou un événement donné.

RESSOURCES

- PowerPoint 7 : Sondages d'opinion lors d'une élection
- Un article ou un résumé sur un récent sondage d'opinion

(Les vidéos, diapositives et les versions numériques des activités sont disponibles au www.voteetudiant.ca/cb)

ACTIVITÉS

 **Amorce : 15 à 20 min.**

1. Demandez aux élèves de répondre à une ou 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 similaires ou différents? Quels facteurs influent sur les résultats d'un sondage (p. ex. géographie, âge, le libellé des questions)? Comment pensez-vous que les sondages d'opinion influencent les campagnes électorales?

 **Concepts essentiels : 10 à 15 min.**

À l'aide du PowerPoint 7, passez en revue les termes et concepts clés concernant les sondages d'opinion : sondage, sondage d'intention, sondage spécialisé, marge d'erreur, sondage interne.

 **Mise en pratique : Temps de préparation, 30 minutes, temps de mise en œuvre, 30 minutes, résultats et résumé 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 sur 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

LEÇON 7 : SONDAGES D'OPINION

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.

- 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?
- Est-ce que les questions étaient comparables avec celles d'autres sondages? Est-ce qu'elles ont donné lieu à des résultats similaires ou différents? Pourquoi ou pourquoi pas? Quels facteurs pourraient influencer sur ce point (p. ex. Formulation des questions, données démographiques)?

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.

✚ Autres idées :

A. Tout au long d'une campagne électorale, de nombreux sondages et leurs résultats seront partagés. Chaque sondage est commandé par une entreprise, un organisme de presse ou un parti politique et contient diverses questions visant à obtenir une foule d'information. Ensemble, en groupes ou individuellement, les élèves devront comparer deux sondages d'opinion différents couvrant le même sujet ou enjeu. 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 images des chefs; préparez une échelle 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 majeurs 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. Ces résultats, à la fin de la campagne, laissaient-ils présager ce 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 américaine de 2016, référendum du Brexit au Royaume-Unis). Dans certains cas, les sondeurs ont même annoncé 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 des effets qu'ils ont sur une élection.



Résumé : 5 à 10 min.

Tenez une brève discussion récapitulative sur les sondages d'opinion lors d'une campagne électorale. Vous pouvez aussi demander 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.

RESSOURCES EXTERNES

Firmes de recherche et de sondage. Quelques exemples :

- Abacus Data — www.abacusdata.ca *
- Ekos Research Associates — www.ekos.com *
- Environics Research Group — www.environics.ca *
- Forum Research — www.forumresearch.com *
- Insights West — www.insightswest.com *
- Ipsos Reid — www.ipsos.ca *
- Nanos Research — www.nanosresearch.com

* (en anglais seulement)