



SOCIOLOGIE POLITIQUE

Plan du cours

Introduction. Qu'est-ce que la sociologie politique ?

Première partie. Les citoyens et la politique.

- Chapitre 1. La politisation.
- Chapitre 2. Le vote.
- Chapitre 3. L'action collective.

Deuxième partie. Les professionnels de la politique.

- Chapitre 4. La politique comme profession.
- Chapitre 5. Les partis politiques.

Troisième partie. Les principaux cadres de l'activité politique.

- Chapitre 6. L'Etat.
- Chapitre 7. Les régimes politiques.



Chapitre 3 : L'action collective

Introduction

1. Pourquoi se mobilise-t-on ?

2. Comment se mobilise-t-on ?

Chapitre 3 : L'action collective

Introduction

- La participation politique conventionnelle : le vote
- **La participation politique non conventionnelle** : manifestation, pétition, *sit-in*, blocage, occupation, boycott, grève, etc.
- Mouvement social : « un agir ensemble intentionnel, marqué par le projet explicite des protagonistes de se mobiliser de concert, dans une logique de revendication, de défense d'un intérêt matériel ou d'une cause » (Erik Neveu)



Chapitre 3 : L'action collective

Introduction

1. Pourquoi se mobilise-t-on ?

2. Comment se mobilise-t-on ?



Chapitre 3 : L'action collective

1. Pourquoi se mobilise-t-on ?

- A. La psychologie des foules et l'hypothèse de la contagion
- B. L'hypothèse des frustrations relatives
- C. Olson et le paradoxe de l'action collective

Chapitre 3 : L'action collective

1. Pourquoi se mobilise-t-on ?

A. La psychologie des foules et l'hypothèse de la contagion

- Gustave Le Bon, *La psychologie des foules*, 1895
- L'engagement d'un individu dans un mouvement social résulte d'une **dynamique émotionnelle et imitative**
- Un individu participe à une action collective parce qu'il serait gagné par une sorte de **contagion** qui l'incite, sous **l'influence d'un meneur**, à rejoindre les autres membres du mouvement en mettant de côté sa propre raison critique
- L'analyse de Le Bon est une vision **politiquement conservatrice et non sociologique** de l'action collective

Chapitre 3 : L'action collective

1. Pourquoi se mobilise-t-on ?

B. L'hypothèse des frustrations relatives

- Ted Gurr, *Why Men Rebel*, 1970
- Frustration relative : décalage entre la façon dont l'individu ressent sa situation présente d'une part, et ses attentes quant à sa situation actuelle et future d'autre part.
- **La frustration relative est la cause de l'engagement d'un individu dans un mouvement social**
- Différentes configurations propices à la hausse des frustrations relatives (et donc de l'engagement) : période d'expansion économique, crise, etc.
- Quid des conditions concrètes de l'engagement ?

Chapitre 3 : L'action collective

1. Pourquoi se mobilise-t-on ?

C. Olson et le paradoxe de l'action collective

- Mancur Olson, *Logiques de l'action collective*, 1965
- Application de la théorie du choix rationnel à l'analyse de l'engagement
- S'engager dans un mouvement social est *a priori* irrationnel pour un citoyen : si le mouvement réussit, il tirera profit de cette victoire même s'il n'a pas participé au mouvement (profit collectif)
- De plus, en tant que « passager clandestin », il n'aura pas à supporter les coûts (financiers, psychologiques, physiques, etc.) de l'action collective
- **L'attitude la plus rationnelle *a priori* pour un individu serait donc de ne pas s'engager**

Chapitre 3 : L'action collective

1. Pourquoi se mobilise-t-on ?

C. Olson et le paradoxe de l'action collective

- Deux facteurs permettent de résoudre ce paradoxe, c'est-à-dire d'expliquer pourquoi des individus choisissent *in fine* de s'engager dans un mouvement social :
 - Le premier facteur est relatif à la taille du groupe : plus le groupe est de petite taille, plus la non-participation d'un individu sera visible, et plus il sera susceptible de subir **la pression du groupe** pour qu'il participe à l'action collective
 - Seconde solution, c'est en proposant des « **incitations sélectives** » (positives ou négatives) à ses membres que les dirigeants d'un mouvement social parviennent à inciter les individus à participer à la mobilisation
- Pour Daniel Gaxie les organisations fournissent à leurs membres des **rétributions matérielles mais aussi symboliques** : capital social, estime de soi, etc.



Chapitre 3 : L'action collective

Introduction

1. Pourquoi se mobilise-t-on ?

2. Comment se mobilise-t-on ?

Chapitre 3 : L'action collective

2. Comment se mobilise-t-on ?

- A. Un répertoire d'action stable dans le temps
- B. Les répertoires d'action contemporains
 - 1. Le nombre
 - 2. L'expertise
 - 3. Le scandale

Chapitre 3 : L'action collective

2. Comment se mobilise-t-on ?

A. Un répertoire d'action stable dans le temps

- Charles Tilly, « répertoire d'action » : l'ensemble des moyens de protestation auxquels recourent les groupes sociaux à un moment donné de l'histoire
- En théorie, un groupe mobilisé peut avoir recours à un nombre non limité de modes d'actions
- En pratique, le groupe mobilisé privilégie toujours un petit nombre d'actions, celles qu'ils jugent les plus légitimes, les plus efficaces et les plus ajustées à son identité et à son histoire

Chapitre 3 : L'action collective

2. Comment se mobilise-t-on ?

A. Un répertoire d'action stable dans le temps

- Trois facteurs sont à l'origine du choix des actions :
 - 1. Le cadre juridique qui détermine l'acceptabilité de tel ou tel type de mode d'action
 - 2. Les modèles de répression qui dominent dans la société considérée et qui définissent les coûts variables de tel ou tel mode d'action
 - 3. Les caractéristiques de fonctionnement et l'identité du groupe protestataire (les règles, les routines, les organisations internes)

Chapitre 3 : L'action collective

2. Comment se mobilise-t-on ?

B. Les répertoires d'action contemporains

Michel Offerlé identifie trois grands répertoires d'action contemporains :

- 1. « Le nombre » : la manifestation, la pétition, etc. Le nombre est un facteur de représentativité de la cause
- 2. « L'expertise » : mobiliser des hommes, des connaissances, des idées et élaborer des rapports, des dossiers, des études scientifiques pour essayer de convaincre et influencer les décideurs (environnement, santé, etc.)
- 3. « Le scandale » : ce sont les actions qui cherchent à faire scandale, à provoquer, avec des actions coups de poing (destruction de Mc Do, grève de la faim) afin de rendre visible l'action, notamment par le biais de sa médiatisation