

Sommaire

07 Pourquoi ce manuel ?

17 Une autre histoire des sondages

- 18 Mythe des origines ou grand bluff originel ?
 - 21 Retour aux sources des sondages
 - 27 L'évolution du marché des études et des sondages
 - 31 Les sondeurs, au coeur du système
-

39 La construction de l'opinion

- 40 L'opinion publique n'est pas une donnée naturelle et universelle
 - 42 La fabrication : sondeurs et commanditaires
 - 46 La passation sondeurs et sondés
 - 52 L'interprétation : réservée aux sondeurs
-

61 La dégradation de la qualité

- 62 Comment évaluer la qualité des sondages ?
 - 66 Les sondages victimes de leur succès
 - 68 L'explosion des enquêtes en ligne
 - 72 Des échantillons peu représentatifs
 - 75 L'influence des sondages sur le commentaire politique (et réciproquement)
 - 83 L'obsolescence programmée des sondages
-

87 Usages stratégiques et effets politiques

- 88 Qui parle au nom du peuple ?
 - 89 La prétendue neutralité des sondages
 - 90 La fièvre et le thermomètre
 - 92 Mobilisation et démobilisation
 - 94 L'ubiquité des sondages
 - 100 La politique soumise aux sondages
 - 111 Les push polls
-

117 La marchandisation de l'opinion

- 118 L'opinion publique est-elle une denrée rare ?
 - 119 Tout se paye et tout s'achète, même la démocratie ?
 - 125 Les sondages et l'élection
-

129 Que faire des sondages ?

137 Annexes

- 139 Les arguments des sondeurs : lieux communs et contre-vérités
- 162 Glossaire
- 172 L'Observatoire des sondages
- 174 Quelques éléments bibliographiques