**Bibliographie**

1 ) **l’émergence de l’opinion publique est indissociable de l’avènement de la démocratie**

BAKER K.M., Au tribunal de l’opinion, Paris, 1993.

HABERMAS J., *L'Espace public*, Payot, Paris, 1978 [1962].

HEURTIN J.-P., *L'Espace public parlementaire. Essai sur les raisons du législateur*, PUF, Paris, 1999.

MANIN B.,*Principes du gouvernement représentatif*, Calmann-Lévy, Paris, 1995.

HERMES, «L’opinion publique. Perspectives anglo-saxonnes », n°31.

**2- Comprendre les principes et les techniques des sondages, et les débats relatifs à leur interprétation de l’opinion publique.**

BLONDIAUX L., *La Fabrique de l'opinion. Une histoire sociale des sondages*, Seuil, Paris, 1998.

BOURDIEU P., ["L'opinion publique n'existe pas"](https://www.acrimed.org/L-opinion-publique-n-existe-pas), *Les Temps modernes*, n°318, 1973.

CONVERSE P., "Nouvelles dimensions de la signification des réponses dans les sondages", *in*PADIOLEAU J. (dir.), *L'Opinion publique*, Mouton, Paris/La Haye, 1981 [1964].

HUBE N., RIVIERE E., *Faut-il croire les sondages ?* , Ed. Prométhée, 2008.

LEHINGUE P., *Subunda. Coups de sonde dans l'océan des sondages*, Éditions du Croquant, Bellecombe-en-Bauges, 2007.

*Problèmes politiques et sociaux*, n°884, 2003, Les sondages politiques (dossier réalisé par Alain Garrigou).

**3-Comprendre comment le recours fréquent aux sondages d’opinion contribue à forger l’opinion publique et modifie l’exercice de la démocratie (démocratie d’opinion) et de la vie politique (contrôle des gouvernants, participation électorale, communication politique).**

BAISNÉE O., ["Le renoncement aux sondages. Les journalistes politiques français et la candidature de Nicolas Sarkozy à l'élection présidentielle de 2012"](https://www.cairn.info/revue-politiques-de-communication-2017-1-page-155.htm), *Politiques de communication*, n°8, 2017, p.155-190.

BOYADJIAN J., ["Twitter, un nouveau «baromètre de l'opinion publique » ?"](https://www.cairn.info/revue-participations-2014-1-page-55.htm), *Participations*, n°8, 2014, p.55-74 .

CARDON D.*, La démocratie internet. Promesses et limites*, Paris, Seuil, 2010.

CHAMPAGNE P., ["Le cercle politique. Usages sociaux des sondages et nouvel espace politique"](https://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1988_num_71_1_2407), *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol.71-72, 1988, p.71-97.

CHAMPAGNE P., *Faire l'opinion*, éd. Minuit, Paris, 1990.

JUHEM P., ["Les «favoris des sondages». Contribution à une analyse des structures de la popularité politique mesurée par les baromètres d'opinion"](https://www.cairn.info/revue-societes-contemporaines-2017-2-page-99.htm), *Sociétés Contemporaines*, n°106, 2017, p.99-128.

LE BART C.,  *L'égo politique. Essai sur l'individualisation du champ politique*, Paris, Armand Colin, 2013.

**Manuels Opinion publique/Communication politique**

RIUTORT P., *Sociologie de la communication politique*, Paris, La Découverte, 2020 (3e ed)

ALDRIN P. , HUBE N., Introduction à la communication politique, Bruxelles, De Boeck, 2017.`