

SES

CHAPITRE 9 – Comment se forme et s'exprime l'opinion publique ?

Dossier 1 p. 170 : De l'opinion publique aux sondages

Doc 1 p. 170 : La naissance de l'opinion publique

Selon le sociologue allemand Jürgen Habermas [...], l'émergence de lieux et de pratiques de discussion des idées – en Angleterre d'abord à la fin du XVII^e siècle, en France et en Allemagne ensuite, au cours du XVIII^e siècle – est fondamentalement la propriété de la « sphère publique bourgeoise ». Dans les salons, les académies, les sociétés, les loges maçonniques s'organise toute une socialité mondaine – constituée à distance et, souvent, en opposition à la cour – où l'on confronte et forge ses goûts littéraires, où l'on échange aussi bientôt ses analyses politiques et philosophiques en exerçant la puissance critique de sa raison. [...]

L'Assemblée révolutionnaire de Paris érige les principes philosophiques des Lumières en lois, dès l'été 1789. [...] Elle proclame que « tous les hommes naissent libres et égaux en droit ». Et, au rang des droits naturels qui sont « rendus » au citoyen, figure en bonne place la reconnaissance d'un droit à l'opinion et d'un droit d'expression publique de cette opinion. En témoignent les articles 10 (« Nul ne doit être inquiété pour ses opinions, même religieuses, pourvu que leur manifestation ne trouble pas l'ordre public établi par la loi ») et 11 (« La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'homme ; tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté

dans les cas déterminés par la loi ») de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen adoptée le 26 août 1789. Cette affirmation d'un droit à l'opinion individuelle et de son corollaire, le droit d'exprimer cette opinion dans l'espace public, entend attacher désormais le sort des gouvernants aux principes de la transparence et de la critique.

Philippe Aldrin et Nicolas Hubé, *Introduction à la communication politique*, De Boeck Supérieur, 2017

Doc 2 p. 170 : L'origine des sondages

En 1936, [...] fidèle à la tradition, la revue *Literary Digest* organise un « vote de paille »¹ auprès de plusieurs millions de personnes. Le résultat est sans appel : Alf Landon va remporter l'élection devant Franklin Roosevelt. De son côté, l'institut Gallup construit un échantillon jugé représentatif de quelques milliers de personnes, et prédit la victoire de Roosevelt avec 56 % des voix. Roosevelt sort victorieux de la confrontation avec 62 % des voix, tout comme George Gallup, dont le nom devient immédiatement célèbre. [...] M. Gallup se nourrit de toutes les découvertes de l'époque, en mathématique, statistique, sciences de l'opinion, sciences politiques, sociologie...

Le mot « sondage » est introduit dans le vocabulaire français en 1938, par Jean Stoetzel. [...] Invité par une université américaine, il découvre alors les travaux de M. Gallup, dont il importe les méthodes en France en fondant l'Institut français d'opinion publique (IFOP), le premier institut de sondage de l'Hexagone. La même année, il demande aux Français s'ils approuvent les accords de Munich : alors que ceux-ci seront largement ratifiés par l'Assemblée, le oui est majoritaire chez les sondés (57 %).

Dans les années 1960, les sondages profitent à la fois du perfectionnement des méthodes de calcul, du développement de l'informatique et de l'essor de la société de consommation. Le temps d'obtention des résultats se réduit, et ils suivent au plus près le pouls des électeurs.

L. Gi., « Sondages : l'histoire débute avec l'institut Gallup et l'élection du président Roosevelt », *Le Monde*, 27 mai 2005

1. Vote de paille : les lecteurs sont invités à renvoyer au journal un coupon où ils indiquent leurs intentions de vote.

Doc 4 p. 171 : Les risques de biais

La seule contextualisation de la question peut jouer sur les résultats. Lundi matin, *Le Parisien* fait sa Une d'une étude BVA, suivi bientôt par tous les médias : « 61 % des Français se disent favorables au droit de vote des étrangers non communautaires pour les municipales ».

L'intitulé exact de la question est le suivant : « Les étrangers venant d'un pays membre de l'Union européenne ont le droit de voter aux élections locales en France. Vous, personnellement, seriez-vous favorable ou opposé à ce que ce droit soit étendu aux autres étrangers, en situation régulière et résidant en France depuis plus de 5 ans ? »

Certes, la question est posée à l'identique depuis dix ans, explique BVA. Mais elle présente l'évolution du droit de vote comme des plus naturelles. À tel point que 40 % des électeurs du Front National (FN) s'y déclarent favorables. Qu'aurait donné un sondage introduisant la question comme ceci : « Le vote est lié à la citoyenneté depuis la Révolution française, avec une seule exception, lors des élections locales, pour les citoyens de l'Union européenne... Vous, personnellement... »

La formulation n'aurait été ni meilleure ni moins vraie. Elle aurait simplement, selon toute vraisemblance, modifié les résultats.

Michaël Hajdenberg et Mathilde Mathieu, « Sondages : la réponse est favorable, mais quelle était la question ? », *Médiapart*, 30 novembre 2011

Dossier 2 p. 172 : Les effets des sondages sur la démocratie et la vie politique

Doc 1 p. 172 : La critique de l'opinion publique par Pierre Bourdieu

Mon propos n'est pas de dénoncer de façon mécanique et facile les sondages d'opinion, mais de procéder à une analyse rigoureuse de leur fonctionnement et de leurs fonctions. Ce qui suppose que l'on mette en question les trois postulats qu'ils engagent implicitement.

Toute enquête d'opinion suppose que tout le monde peut avoir une opinion ; ou, autrement dit, que la production d'une opinion est à la portée de tous. Quitte à heurter un sentiment naïvement démocratique, je contesterai ce premier postulat.

Deuxième postulat : on suppose que toutes les opinions se valent. Je pense que l'on peut démontrer qu'il n'en est rien et que le fait de cumuler des opinions qui n'ont pas du tout la même force réelle conduit à produire des artefacts dépourvus de sens.

Troisième postulat implicite : dans le simple fait de poser la même question à tout le monde se trouve impliquée l'hypothèse qu'il y a un consensus sur les problèmes, autrement dit qu'il y a un accord sur les questions qui méritent d'être posées.

Ces trois postulats impliquent, me semble-t-il, toute une série de distorsions qui s'observent lors même que toutes les conditions de la rigueur méthodologique sont remplies dans la recollection et l'analyse des données.

Pierre Bourdieu, « L'opinion publique n'existe pas », *Les Temps modernes*,

n° 318, janvier 1973

Doc 2 p. 172 : Comment s'exprime la démocratie d'opinion ?

Souvent réduite à l'idée d'une dictature des sondages ou, désormais, des réseaux sociaux, la démocratie d'opinion, où le pouvoir serait plus horizontal, a d'autant plus de vigueur que le discours d'autorité des gouvernants ne fonctionne plus. [...]

La démocratie d'opinion a succédé à la démocratie représentative, mais elle ne se confond pas avec la dictature des médias et des sondages. Elle puise sa légitimité dans l'expression spontanée des citoyens qui, rassemblés, forment une opinion. Sa ligne d'horizon demeure celle d'un espace public horizontal où chacun pourrait s'exprimer.

[La démocratie d'opinion est] un terme flou dont les médias sont les premiers acteurs ; mais à chaque époque son outil de prédilection. Dans les années 1990, la démocratie d'opinion passait par les sondages, puis les chaînes d'information en continu ont pris le relais à partir des années 2000, avant d'être dépassées par les réseaux sociaux, au milieu des années 2010. Mais, quel que soit l'outil sur lequel elle s'appuie, cette notion fait l'objet d'une critique véhémente de la part des élites intellectuelles et des personnes qui se sentent déphasées par les évolutions de l'opinion publique. « La démocratie d'opinion a très longtemps renvoyé à un usage excessif des sondages par les gouvernants, mais aujourd'hui les sondages sont jugés moins dangereux que les réseaux sociaux », constate le politiste Loïc Blondiaux.

Alain Beuve-Méry, « “Démocratie d'opinion” : face au pouvoir, l'expression spontanée de citoyens », *Le Monde*, 10 mai 2023

Zoom 3 p. 173 : Les effets des sondages sur les électeurs et les candidats

	Effets sur les candidats	
	Pour le candidat donné gagnant	Pour le candidat donné perdant
Effet positif	Effet <i>bandwagon</i> : l'électeur conformiste porte son choix sur le vainqueur désigné par les sondages.	Effet <i>underdog</i> : les électeurs du candidat donné perdant sont incités à se mobiliser.
Effet négatif	Effet <i>humble the winner</i> : incitation à sanctionner le vainqueur désigné.	Effet <i>snob the loser</i> : incitation à bouder le candidat donné perdant.

Les études menées sur ces effets n'ont pas permis de conclure sur l'effet dominant : il est possible que ces différents effets finissent par se compenser.

L'impossibilité de déterminer avec certitude l'effet dominant empêche les candidats de pouvoir utiliser les sondages pour essayer de manipuler le résultat de l'élection : trop de risques d'aboutir à l'effet contraire à celui souhaité !

On sait en revanche que les sondages peuvent éventuellement entraîner une hausse de l'abstention (pour le cas où les sondages conduiraient à croire que l'élection est déjà jouée) et, surtout, qu'ils empêchent les opinions minoritaires d'émerger, dans la mesure où ceux qui les portent se sentent trop minoritaires pour les expliquer publiquement (« spirale du silence »).

Réviser le chapitre p. 176 : Comment se forme et s'exprime l'opinion publique

1. De l'opinion publique aux sondages

Vox Populi, Vox Dei ! Dans l'esprit d'un démocrate, cette vieille expression populaire signifie que l'expression du peuple souverain doit être entendue et respectée, comme le stipulait la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen. À la démocratie des notables a succédé peu à peu la démocratie des partis politiques, ou **démocratie représentative**.

En effet, à partir de la Révolution française, la (lente) démocratisation du vote a permis de faire émerger un « avis collectif ». L'agrégation de ces choix individuels ne sert pas seulement à désigner les élus, mais aussi à permettre à l'ensemble de la population de s'exprimer directement sur les sujets qui la concernent. C'est le cas, par exemple, dans les référendums qui interrogent le corps électoral sur l'adoption d'une nouvelle constitution ou d'un projet d'intérêt public (construction d'un aéroport, instauration d'un salaire minimum, etc.).

L'apparition des sondages et leur développement massif à partir des années 1930 aux États-Unis ont bouleversé l'idée que les individus se font de l'**opinion publique**. En permettant de donner une mesure chiffrée des intentions de vote ou des positions de la population sur un thème donné, les sondages ont offert une forme et une visibilité à l'opinion publique. On dispose grâce à eux d'un indicateur sur lequel s'appuyer pour connaître l'opinion des citoyens.

En dehors des périodes électorales, ce sont les sondages qui contribuent le plus à l'expression de l'**opinion publique**. Mais ces techniques d'objectivation de l'opinion

(que l'on transforme en données chiffrées) sont vivement critiquées, en particulier par les sociologues.

La technique des sondages

Un sondage consiste à déduire, à partir des résultats obtenus sur une partie d'une population (et qu'on nomme un **échantillon représentatif**), les réponses qu'on aurait obtenues par recensement (c'est-à-dire en interrogeant l'intégralité de la population étudiée). En effet, il n'est pas nécessaire d'interroger un pourcentage élevé d'une population pour obtenir des réponses « représentatives ». C'est en réalité la taille de l'échantillon qui compte, quelle que soit la taille totale de la population étudiée. Ainsi, interroger un échantillon de 2 000 personnes peut permettre d'obtenir des résultats aussi fiables, que la population concernée qu'elle soit de 10 000 habitants ou de 40 millions d'habitants. Pourtant, dans le premier cas, l'échantillon représente 20 % de la population totale, et dans le deuxième, seulement 0,02 %.

Ce qui assure aux résultats du sondage la plus grande précision possible est donc avant tout la sélection des personnes interrogées dans l'échantillon. Deux principes doivent impérativement être respectés : le tirage doit être aléatoire, c'est-à-dire que les personnes choisies doivent l'être au hasard. Par exemple, on peut classer une population de 10 000 personnes par ordre alphabétique et sélectionner une personne tous les 10 noms : on obtient ainsi un échantillon aléatoire de 1 000 personnes. En cas d'impossibilité de joindre une personne de la liste, il faut toujours appliquer la même règle (par exemple, prendre systématiquement la personne suivante sur la liste). L'autre principe consiste à choisir des personnes en respectant la méthode des quotas selon des critères sociodémographiques qui permettent d'être certains que l'échantillon présente la même structure que la population globale. Par

exemple, si l'on veut un échantillon représentatif de la population active, il faudra s'assurer qu'il comporte la même répartition par PCS que la population active française. Idem pour la part d'hommes ou de femmes, de jeunes et de personnes âgées, etc.

Pour les **sondages électoraux** (qui ne sont qu'une petite partie de l'ensemble des **enquêtes d'opinion**), les instituts comparent systématiquement les résultats de leurs études aux résultats sortis des urnes. Ils constatent que des biais peuvent se produire. C'est en particulier le cas pour les déclarations de vote pour les partis d'extrême-droite, pour lesquels les électeurs n'osent pas toujours avouer leur préférence partisane devant un enquêteur. Pour cette raison, les instituts procèdent à des **redressements des résultats**, c'est-à-dire à une correction visant à prendre en compte ce type de sous-déclaration. Enfin, la fiabilité d'un sondage dépend de la qualité des questions posées. Certaines formulations peuvent conduire à des réponses biaisées et peu exploitables

2. Les effets des sondages sur la démocratie et la vie politique

Les sociologues font remarquer que les sondages comportent une dimension démocratique et politique. Ainsi, l'auscultation répétée de l'opinion publique est plutôt un signe de bon fonctionnement d'une démocratie, mais la question se pose de savoir si la réalisation de ces sondages n'aboutit pas à une fabrique de l'opinion qui n'existerait pas sans eux, ou qui serait différente dans d'autres conditions de production.

Les sondages sont un instrument qui intéresse de près les dirigeants politiques qui sont les premiers consommateurs de sondages, pour connaître l'impact de leurs

idées sur la population globale et leurs chances d'être élus ou réélus aux prochaines élections.

L'impact des sondages sur l'opinion publique

C'est Pierre Bourdieu qui a posé en France dès 1973 la question des effets politiques des sondages sur l'opinion publique. Dans « L'opinion publique n'existe pas », il a remis en cause la logique des enquêtes d'opinion. Ces dernières supposent que tout le monde a un avis sur tous les sujets, que tout le monde est d'accord sur la pertinence des questions posées et que toutes les opinions se valent. La sociologie critique permet de relativiser ces hypothèses.

Les sondages ont contribué à transformer notre démocratie représentative en **démocratie d'opinion**. En offrant à la population un miroir, même déformant, de ce qu'elle pense, les enquêtes d'opinion contribuent à la formation des opinions individuelles. Les citoyens sont toujours influencés par « ce qu'ils pensent que le reste de la population pense ». C'est ce que la sociologie électorale désigne sous les termes d'**effet d'entraînement** et d'**effet boomerang**. Mais les effets possibles des sondages sont nombreux et souvent contradictoires : il est donc difficile de démontrer que tel ou tel effet a vraiment influencé le cours d'une élection.

On sait en revanche que les sondages peuvent empêcher les opinions minoritaires d'émerger, dans la mesure où ceux qui les portent se sentent moins légitimes pour les expliquer publiquement.

Les sondages sont ainsi souvent utilisés pour tenter de « fermer un débat », en imposant une réalité chiffrée incontestable. Or nous avons vu que si les progrès techniques réalisés, par exemple, en termes de constitution des échantillons,

permettent aux sondages d'être de plus en plus performants dans la mesure des intentions de vote, la définition même de « l'opinion publique » reste, par définition, problématique. De sorte que clore un débat en vertu d'une supposée « opinion publique » sur le sujet pose de réels problèmes démocratiques.

Dans le même temps, les progrès du big data permettent aux gouvernants et aux candidats de connaître si finement les opinions des citoyens qu'ils peuvent adresser à chacun une communication politique ciblée. Il s'agit d'une dérive déjà observée (affaire « Cambridge Analytica ») et dont les effets sur la démocratie vont bien au-delà de ceux des sondages classiques.