

## Chapitre 1 : Comment se forme et s'exprime l'opinion publique ?



# SONDAGE

VOTRE AVIS  
NOUS INTÉRESSE



**«L'opinion pense mal, elle ne pense pas, elle traduit des besoins en connaissances.»**

*Gaston Bachelard*<sup>1</sup>

1. Philosophe des sciences (épistémologie) auteur de la La philosophie du non (1940), il considèrait que les idées immédiates, les pré-notions sont des obstacles à la connaissance scientifique.



# Table des matières

## I De l'opinion des élites à l'opinion publique

---

- A L'ÉMERGENCE D'UN CONCEPT ..... 4
- B L'OPINION PUBLIQUE ET LA DÉMOCRATIE..... 5

## II De l'opinion publique à l'opinion rendue publique

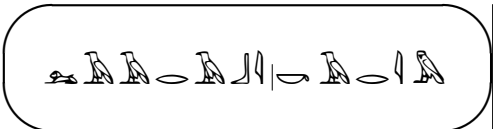
---

- A LA MESURE DE L'OPINION PUBLIQUE..... 7
- B LES PROBLÈMES DE SON INTERPRÉTATION ..... 8

## III Les effets des sondages

---

- A DOXA ET DÉMOCRATIE D'OPINION ..... 11
- B L'INFLUENCE DES SONDAGES SUR LA VIE POLITIQUE..... 12



**Les trois grandes problématiques de ce chapitre sont les suivantes :**



Comprendre que l'émergence de l'opinion publique est indissociable de l'avènement de la démocratie : d'abord monopole des catégories « éclairées », l'opinion publique est désormais entendue comme celle du plus grand nombre.



Comprendre les principes et les techniques des sondages, et les débats relatifs à leur interprétation de l'opinion publique.



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).

## Avant de commencer :



**Question 1 :** Quel est le lien entre le roman dystopique de Georges Orwell et l'opinion publique ?

**Question 2 :** Quelle place peut occuper l'opinion publique dans une démocratie ? Donnez des exemples de thèmes qui concernent l'opinion publique

## I De l'opinion des élites à l'opinion publique

### A L'émergence d'un concept

#### ▣ Document 1 : La naissance de l'opinion publique

Le terme d' « opinion publique » apparaît au XVIII<sup>e</sup> siècle durant la période des Lumières. Il désigne d'abord l'opinion d'une élite cultivée et bourgeoise, opposée à l'absolutisme royal et s'exprimant dans certains lieux de la société tels que les réunions littéraires et philosophiques appelée à l'époque « salons ». L' « opinion publique » n'est alors que celle d'une minorité critique vis-à-vis du pouvoir ; l'opinion du peuple dans son ensemble, quant à elle, n'a que très peu de canaux d'expression, si ce n'est par des voies officieuses et détournées.

Avec le développement de la démocratie représentative, c'est ensuite la représentation parlementaire – les élus de la nation – qui détient le monopole de l'expression de l'opinion publique. Seuls les députés peuvent légitimement prétendre exprimer la volonté de la nation et traduire les attentes et les aspirations de l'opinion, puisqu'ils ont été désignés directement par le peuple lui-même. Au cours de cette période, la presse cherchera progressivement, elle aussi, en concurrence avec les parlementaires, à se faire le porte-parole de l'opinion. Les manifestations de rue (qui, en France, apparaissent au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle, notamment pendant la révolution de 1848) représentent elles aussi un mode d'expression de l'opinion publique. [...]

Jusqu'au début des années 1960 en France, on peut admettre qu'il n'existe pas une définition et un

mode de d'expression universellement reconnu de l'opinion publique, mais un ensemble de définitions et de modalités d'expression concurrentes.

Jean-Yves Dormagen, Daniel Mouchard, *Introduction à la sociologie politique*, 2015

**Question 3** : Résumez de façon concise le texte

### Document 2 : Les trois grands moments

L'histoire des théories de l'opinion peut être segmentée en trois moments :

- De l'Antiquité à la fin du Moyen Age, l'opinion des hommes ordinaires est stigmatisée comme l'expression d'un ensemble de préjugés que les esprits savants doivent ignorer mais que les princes doivent surveiller et conduire.
- De la Renaissance à la fin du XVIII<sup>ème</sup> siècle, le déploiement de l'imprimerie favorise la constitution d'un public éclairé. Les lecteurs accèdent à l'énoncé public depuis le nouvel espace éminemment privé du for intérieur. D'un autre côté, les guerres de religion font éclore les premières grandes batailles d'opinions.
- A partir du XIX<sup>ème</sup> siècle, la question de l'opinion publique se lie étroitement à la quête de sa mesure. L'opinion devient un objet que les sociologues disputent aux philosophes, tandis que l'argument si particulier de la quantité joue un rôle peu à peu déterminant dans la qualification d'une opinion commune . »

<https://fr.wikipedia.org>

**Question 4** : Selon vous, quels sont les facteurs qui ont pu favoriser l'émergence de l'opinion publique au XIX<sup>ème</sup> et XX<sup>ème</sup> siècle ?

## B L'opinion publique et la démocratie

### Document 3 : Les cafés républicains

Dès les années 1820, en l'absence de liberté de réunion, certains cafés étaient devenus de hauts lieux d'opposition politique et conservèrent cette fonction plusieurs décennies. À la fin de la monarchie de Juillet et pendant la Seconde République, ils avaient connu leur heure de gloire : les étudiants, les journalistes et les jeunes ambitieux venaient y écouter les derniers témoins de la geste révolutionnaire. Sous l'Empire, ils étaient surveillés de près par la police. Le simple fait de les fréquenter était considéré en effet comme une marque de sympathie pour les idées républicaines. La jeunesse républicaine aimait à se retrouver dans les cafés du Quartier latin, le Procope, le Buci, le Voltaire ou le café de l'Europe. Dans ces cafés, se fit en partie l'éducation politique de cette génération.

Jérôme Grévy, « *Les cafés républicains de Paris au début de la Troisième République. Étude de sociabilité politique* », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, février 2003.

**Question 5** : Quel est le rôle politique des cafés décrit dans le document ?

**Question 6** : En quoi favorisent-ils le développement de la démocratie ?

### Document 4 : L'expression publique des opinions

La question de l'opinion publique est indissociablement liée à la question démocratique et aux processus qui la renforcent ou la dévoient.

La notion prend son sens moderne au XVIII<sup>ème</sup> siècle. On attribue à Rousseau la première utilisation du terme d'opinion publique dans son sens contemporain : « l'empire du jugement des autres ». Il s'agit d'analyser l'existence garantie d'espaces dédiés à l'exposition-confrontation des opinions, la dialectique de l'accord et du conflit qui s'y déroule parfois sur un mode dramatique (manifestations de rue), parfois sur un mode régulé (principes d'organisation d'un débat public tel que l'a par exemple codifié la Commission nationale du débat public). Les lieux de l'opinion sont fondamentalement pluriels : des médias anciens et nouveaux aux institutions telle l'Assemblée nationale via ces

*Nicole d'Almeida*, « *L'opinion publique* », *Hermès, La Revue*, mars 2014.

lieux physiques d'échanges importants que sont par exemple les cafés et la rue.

**Question 7 :** Quels sont les différents lieux d'expression de l'opinion publique mentionnés dans ce document ? Pouvez-vous en donner d'autres ?

**Question 8 :** Quelles sont les deux formes d'expression de l'opinion mentionnées dans le texte ?

### **Document 5 : Vote et opinion publique**

La définition sociale de l'opinion publique a pris des formes historiques multiples. L'opinion publique renvoie au XVIII<sup>ème</sup> siècle à un public éclairé, sorte de tribunal de la raison ou d'instance critique constituée des hommes de lettres et de ceux qu'on n'appelle pas encore les « intellectuels ». L'opinion est publique car publiée alors que le pouvoir cultive l'opacité. Elle se forge la Cour ou dans les villes. L'idée d'opinion publique sera longtemps dépendante de cet idéal éclairé de la philosophie des Lumières.

Elle devient une notion cardinale quand le gouvernement est fondé sur le nécessaire assentiment du peuple. Ce poids de l'opinion publique est encore renforcé avec l'avènement de la démocratie électorale à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle. La figure de l'opinion publique est ainsi indissociable du régime représentatif. Elle consacre le peuple souverain.

*Rémi Lefebvre, Leçons d'introduction à la science politique, 2013*

**Question 9 :** Quels liens peut-on faire entre le vote et l'opinion publique

### **Document 6 : Démocratie et opinion publique**

La notion d'opinion publique est déjà évoquée dans la pensée antique (chez Platon et Aristote notamment), mais elle prend forme concrètement au 18<sup>ème</sup> siècle. Elle est d'abord considérée comme l'opinion d'une élite « éclairée » mue par la Raison, celle de la bourgeoisie, qui porte un regard critique sur le pouvoir. Cette élite bourgeoise contribue alors à la formation d'un espace public tel que le conçoit Jürgen Habermas : le lieu d'une délibération collective, qui se forme alors dans les salons littéraires, les cafés, la presse d'opinion, et bien sûr le Parlement.

Mais cette conception élitiste de l'opinion publique s'accorde difficilement avec les principes démocratiques qui se mettent progressivement en place au XX<sup>ème</sup> siècle, avec l'avènement du suffrage universel (masculin) et la reconnaissance des libertés individuelles (liberté de conscience, d'opinion, de la presse, de réunion). Chaque citoyen est jugé apte à se forger sa propre opinion et chaque voix se vaut. ***Le vote est ainsi un processus démocratique qui permet de faire émerger l'opinion publique sur un projet politique lors du scrutin.*** Mais l'opinion des citoyens doit pouvoir être appréhendée en dehors des périodes électorales. De fait, le pouvoir démocratique, tirant sa légitimité du peuple, doit s'appuyer sur l'opinion du plus grand nombre pour améliorer son action politique. Cette opinion publique devient alors un objet que l'on cherche à mesurer aussi en dehors des élections, particulièrement avec l'apparition des sondages.

**Question 10 :** Expliquez la phrase en italique

## II De l'opinion publique à l'opinion rendue publique

### A La mesure de l'opinion publique

#### 📄 📄 Document 7 : La naissance des sondages

Les sondages d'opinion sont nés aux États-Unis. Les premiers véritables instituts de sondages, maniant les techniques représentatives, sont ceux que créent concurremment, à partir de 1935, trois Américains : Elmo Roper, George Gallup et Archibald Crossley. Lors de l'élection présidentielle américaine de 1936, peu d'observateurs pariaient sur la réélection de Roosevelt. Le magazine *Literary Digest* publia, selon la tradition de la presse du pays, un « vote de paille »<sup>2</sup> recensant les suffrages recueillis par correspondance auprès de deux millions et demi d'électeurs qui avaient rempli un coupon à renvoyer : et le résultat du « vote de paille » fut celui d'une défaite de Roosevelt. Gallup, Crossley et Roper organisèrent, de leur côté, des sondages représentatifs sur des échantillons nationaux de 4 000 à 5 000 électeurs : Roosevelt y était réélu. La fiabilité du sondage électoral naissait.

*Roland Cayrol, Opinion, sondages et démocratie, 2011*

**Question 11** : Pour quelle raison peut-on penser que le vote de paille est plus précis qu'un sondage portant sur 5 000 électeurs ?

**Question 12** : Comment les sondages pour l'élection présidentielle américaine de 1936 ont-ils obtenu un résultat plus fiable que les votes de paille ?

#### 📄 📄 Document 8 : En France

En France, il faudra cependant attendre près de trente ans pour que les sondages ne s'imposent dans la vie politique. Le premier institut (IFOP – Institut français d'opinion publique) est créé en 1938, mais son activité reste modeste. [...] 1965 constitue [...] une date clé : à l'occasion de la première élection du Président de la République au suffrage universel direct, on assiste à une prolifération de sondages sur les « intentions de vote » des Français, abondamment commentés dans la presse. Et les sondages font, à cette occasion, la démonstration de leur force : alors que personne ne doute de la victoire du général de Gaulle, le journal *France Soir* publie la veille de l'élection un sondage qui ne lui attribue que 43 % et annonce sa mise en ballottage par François Mitterrand (ce qui se produira effectivement). **Jean-Yves Dormagen, Daniel Mouchard, Introduction à la sociologie politique, 2015**

**Question 13** : Connaissez-vous d'autres instituts de sondage ?

#### 📄 📄 Document 9 : La construction de l'échantillon

C'est en Norvège, en 1895, que fut constitué pour la première fois dans l'histoire un échantillon représentatif visant à épargner aux statisticiens un recensement complet de la population à étudier. L'un des débats importants concerna l'utilisation des quotas : était-il plus fiable de tirer au sort directement sur la liste des habitants ou convenait-il d'y recourir une fois établis des quotas en fonction de critères comme le sexe, l'âge, le lieu de résidence et les revenus ? Si la méthode aléatoire pure semblait plus fiable dans des conditions idéales, elle était cependant menacée par des problèmes comme l'absence d'une liste exhaustive disponible, les refus de répondre d'une partie des enquêtés ou les difficultés d'accéder aux individus désignés par le sort. À l'inverse, **la méthode des quotas impliquait une construction sociologique de catégories jugées pertinentes.**

*Yves Sintomer, Petite histoire de l'expérimentation démocratique. Tirage au sort et politique d'Athènes à nos jours, 2011.*

**Question 14** : Comment les sondages pour l'élection présidentielle américaine de 1936 ont-ils obtenu un résultat plus fiable que les votes de paille ?

**Question 15** : Expliquez la phrase soulignée.

#### 📄 📄 Document 10 : Les deux grandes méthodes d'échantillonnage

2. Le vote de paille est une simulation d'élection organisée sur la base de nombreuses personnes (par exemple les lecteurs d'un journal).

Le sondage est l'unique moyen dont on dispose pour produire une mesure quantitative des phénomènes sociaux : caractéristiques d'une population, de ses pratiques, de ses croyances, de ses orientations ou de ses opinions. Il se fonde sur un principe d'échantillonnage. Il s'agit, en effet, d'obtenir des connaissances sur cette population à partir de l'étude d'une petite partie de celle-ci dûment sélectionnée de manière à en constituer un échantillon représentatif. Ce que l'on observe alors sur cet échantillon doit pouvoir être généralisé à l'ensemble de la population concernée. On peut distinguer deux grandes méthodes d'échantillonnage :

- l'échantillonnage aléatoire, qui procède d'une sélection des membres de l'échantillon par tirage au sort. Permettant de calculer une marge d'erreur statistique, elle est la plus fiable scientifiquement, et ce d'autant plus que la taille de l'échantillon est importante. Mais, pour cette dernière raison, elle est aussi la plus lourde à mettre en œuvre.

- la seconde méthode est appelée méthode « par quotas » : l'échantillon est sélectionné en fonction de sa représentativité. Il doit, dans cette mesure, refléter le plus fidèlement possible les caractéristiques considérées comme fondamentales de la population étudiée en terme d'âge, de sexe, de catégories socioprofessionnelles... (la liste peut être allongée en fonction de l'enquête réalisée). La méthode des quotas se fonde sur des échantillons plus restreints. Elle est donc moins coûteuse (ce qui explique qu'elle soit utilisée par les instituts de sondage). Mais elle est également moins rigoureuse scientifiquement, car elle ne permet pas de calculer des marges d'erreur. *Jean-Yves Dormagen, Daniel Mouchard, Introduction à la sociologie politique, 2015*

**Question 16** : Quelle est la méthode la plus fiable ? Pourquoi n'est-elle pas la plus souvent utilisée ?

## B Les problèmes de son interprétation

### 📄 Document 11 : L'opinion publique existe-t-elle ?

Pierre Bourdieu lance le débat dans un article célèbre, « L'opinion publique n'existe pas » (publié en 1973 et repris dans *Questions de sociologie*, 1984).

Selon Bourdieu, loin d'enregistrer l'état de l'opinion, les sondages créent l'opinion car ils reposent sur 3 postulats :

- 1) tout le monde peut avoir une opinion ; or, il existe un pourcentage important de sondés qui refusent de répondre, et ils ne se répartissent pas au hasard. Ce sont surtout des personnes des catégories populaires, faiblement dotées en capital culturel, qui se déclarent incompetentes et renoncent à exprimer une opinion. La probabilité d'exprimer une opinion dépend du niveau d'instruction et du degré d'engagement du sondé par rapport au domaine sur lequel il est interrogé : « la probabilité d'avoir une opinion sur toutes les questions supposant un savoir politique est assez comparable à la probabilité d'aller au musée ».

- 2) toutes les opinions se valent : l'enquête d'opinion traite l'opinion publique comme une simple somme d'opinions individuelles ; or, la seule opinion qui compte est celle des groupes mobilisés. Il n'y a donc « rien de plus inadéquat pour représenter l'état de l'opinion qu'un pourcentage », car l'état de l'opinion résulte de tensions et de rapports de forces dont les sondages ne rendent pas compte. L'opinion publique mesurée par les sondages n'est donc qu'un « artefact pur et simple », produit par l'activité des sondeurs, « dont la fonction est de dissimuler que l'état de l'opinion à un moment donné du temps est un système de forces, de tensions ».

- 3) il existe un consensus sur les questions qui méritent d'être posées ; or les questions posées par les enquêtes ne sont pas des questions que se posent réellement toutes les personnes interrogées. Les sondages imposent les problèmes qui intéressent les détenteurs du pouvoir et/ou les médias. A travers les questions posées, les commanditaires des sondages imposent des thématiques et contribuent ainsi à façonner l'opinion bien plus qu'ils ne la reflètent.

*Raphael Pradeau, 2019*

**Question 17** : Quels sont les trois postulats sur lesquels reposent les sondages ? Illustrez chacun d'entre eux.

**Question 18** : Expliquez pourquoi les questions posées reflètent davantage les préoccupations des



sondeurs que des sondés (« effet d'imposition de problématique ») ?

**Question 19** : Quelles sont les conséquences de l'exclusion des non-réponses ?

**Document 12 : Pierre Bourdieu : l'opinion publique n'existe pas**

La critique des sondages la plus robuste a été produite par Pierre Bourdieu. Dans un article publié en 1973, qui n'a pas perdu sa pertinence, le sociologue soutient que « l'opinion publique n'existe pas ». Les sondages produisent des artefacts dont sont faits ensuite des usages politiques. Ils produisent l'opinion plus qu'ils ne la recueillent.

Les sondages postulent à tort que les individus interrogés ont une opinion sur les enjeux et les questions qu'on leur soumet, que toutes les opinions se valent et qu'elles ont une égale consistance. Ils donnent l'illusion qu'il y a un accord sur les questions qui méritent d'être posées. Pierre Bourdieu souligne enfin le fort taux de non-réponses qui tend pourtant à être occulté par les instituts de sondages. Ce taux de non-réponses est élevé chez les catégories sociales les plus démunies culturellement et économiquement. Les sondages créent ainsi l'illusion que tous les citoyens sont partie prenante d'un débat démocratique construit sur des bases fallacieuses. Au final, la fonction des sondages est d'imposer l'illusion qu'il existe une opinion publique comme « sommation purement additive d'opinion individuelles ». L'état de l'opinion est à un moment donné un système de forces qui ne peut être adéquatement représenté par un pourcentage.

*Rémi Lefebvre, Leçons d'introduction à la science politique, 2013*

**Question 20** : Pourquoi la mesure de l'opinion publique est délicate ?

**Document 13 : Les limites techniques des sondages**

Patrick Lehinque a récemment systématisé l'analyse critique des limites techniques de l'outil que constituent les sondages. Rappelons que faute de pouvoir recourir à la méthode aléatoire (la plus fine et rigoureuse), les instituts utilisent la méthode des quotas. Ils l'utilisent dans des conditions de plus en plus problématiques. Les sondés répugnent de plus en plus fréquemment à répondre et à « opiner » pour de multiples raisons : l'exaspération que suscite le télé-marketing, la peur du fichage, le manque de temps ou encore le sentiment de manipulation. Ces refus croissants ont pour conséquence la baisse du temps utile à l'enquêteur et l'augmentation de celui consacré à la multiplication de contacts infructueux. Pour obtenir un échantillon de 1 000 enquêtés, il faut en interroger, via le téléphone le plus souvent, 10 000. Les échantillons sont donc de moins en moins représentatifs et la qualité des sondages se dégrade.

*Rémi Lefebvre, Leçons d'introduction à la science politique 2013*

**Question 21** : Résumez le problème évoqué dans le texte

**Document 14 : Les limites techniques des sondages**

La principale question méthodologique consiste à savoir si les 1 000 personnes qui acceptent de jouer le jeu des questionnaires à réponses fermées peuvent être considérées comme représentatives des 5 000, 10 000 ou 20 000 qui ne peuvent être jointes ou refusent de le faire. Ces « répondants fantômes » sont mal connus et représentent l'un des points aveugles de la méthodologie des sondages. On peut malgré tout faire l'hypothèse, avec Patrick Lehinque, que « ce sont toujours (et de plus en plus) les plus dominés, les moins intégrés, les moins richement dotés en capitaux de toutes espèces (culturel, économie, scolaire, relationnel...) ».

Ainsi peut-on constater que les diplômés du supérieur sont, en proportion, environ 2,5 fois plus nombreux dans les échantillons des sondeurs que dans la société réelle, alors que les non diplômés sont, quant à eux, sous-évalués de moitié. Il résulte de tout cela que la « photographie de la société » que prétendent effectuer les sondeurs n'est pas seulement « floue », elle est aussi très largement mal cadrée ».

*Jean-Yves Dormagen, Daniel Mouchard, Introduction à la sociologie politique, 2015*

**Question 22** : Expliquez le problème de la représentativité dont il est question ?

**Pour aller plus loin :****Une piste d'amélioration des sondages : le sondage délibératif**

La technique du sondage délibératif, mise au point par le politiste américain J. Fishkin, est conçue comme une amélioration des techniques « classiques » du sondage fondée sur la prise en compte des critiques concernant le manque d'information, et donc d'opinion un tant soit peu consolidée, d'une grande partie des individus sur de nombreux sujets (notamment les plus techniques). Le principe du sondage délibératif est donc, une fois l'échantillon sélectionné, d'informer les individus qui le composent sur les enjeux sur lesquels porte le sondage, en les faisant participer à des conférences et des débats en lien avec ces enjeux : l'idée sous-jacente étant qu'une meilleure information et implication du public visé lui permettra d'exprimer ensuite une opinion mieux « fondée » dans le cadre du sondage.

Cette technique, déjà utilisée dans les pays anglo-saxons à propos de différents thèmes (la délinquance par exemple), reste cependant limitée par la lourdeur et la complexité de sa mise en œuvre. Mais elle s'insère dans un renouveau du thème de la démocratie participative, aux côtés d'autres techniques de recueil de l'opinion « informée » des citoyens : conférences de consensus, commission nationale du débat public...

*Jean-Yves Dormagen, Daniel Mouchard, Introduction à la sociologie politique, 2015.*

La recette est très simple sur le principe : sélectionner au hasard un échantillon de citoyens de générations, sexes, milieux géographiques et sociaux divers, les informer et les faire débattre contre rémunération sur une question politique précise. En créant ce microcosme éphémère à partir de citoyens ordinaires, James Fishkin a pour ambition de restaurer l'idée la plus fondamentale de la démocratie : celle que chaque voix compte.

L'expérience a été menée plus de 70 fois dans 26 pays du monde depuis 1994. [...] Sa méthode a ainsi été utilisée pour repenser la gestion des surplus de neige à Sapporo au Japon, décider de l'avenir de stade de foot après l'Euro 2012 en Pologne ou encore trouver des parades aux inondations en Ouganda.

*«Même les gens qui s'intéressent vraiment à la politique conversent rarement avec des gens différents d'eux, s'agace James Fishkin. Et même les gens qui s'informent consultent rarement des médias avec qui ils sont en désaccord.» Lors des délibérations organisées par son Centre de démocratie délibérative, des modérateurs formés ont pour mission de veiller à ce que la discussion soit équilibrée. Les temps de parole sont soigneusement mesurés et tous les questionnaires remplis avant et après le débat restent confidentiels. «Nous voulons du désaccord, précise le chercheur. Il n'y a pas de pression pour arriver à un consensus, comme lorsqu'un jury doit rendre une décision.»*

*Laure Andrillon, « James Fishkin, architecte de la démocratie pure », Libération, 22 février 2017*

La réalisation d'un sondage repose sur trois règles :

1. La construction d'un échantillon (échantillon représentatif selon la méthode des « quotas », c'est-à-dire que les personnes interrogées doivent se répartir selon les mêmes caractéristiques sociales - sexe, âge, profession, niveau de diplôme, etc. - et les mêmes proportions que la population à étudier ; il doit être d'une taille suffisante - au moins 1000 personnes).
2. L'élaboration des questions (qui doivent être simples, univoques et neutres, et ne pas introduire de biais dans les réponses. Ainsi, une question posée de manière positive ou de manière négative n'appellera pas les mêmes réponses).

3. L'interprétation des résultats (nécessité de tenir compte de l'ampleur des non-réponses - comme de l'abstention pour un vote - et des marges d'erreur mesurées par les intervalles de confiance)

### III Les effets des sondages

#### A Doxa et démocratie d'opinion

##### ☒☒☒ Document 15 : La doxa

La doxa est l'ensemble d'opinions (confuses ou pertinentes), de préjugés populaires ou singuliers, de présuppositions généralement admises ; sauf, par principe, celles qui tendent précisément à s'en éloigner, telles que les communications scientifiques.

La doxa facilite la communication - mais en la fondant. Cela signifie que sa fonction première est son service à l'idéologie dominante. Plus en particulier, ***sa fonction est d'inscrire progressivement l'ordre social dans l'individu.*** La doxa convertit les structures sociales en principes de structuration, en manière d'organiser le monde social : « l'expérience première du monde est celle de la doxa, adhésion aux relations d'ordre qui sont acceptées comme allant de soi. » (Bourdieu 1979)

**Question 23** : Expliquez la phrase en italique ?

**Question 24** : Quels problèmes cela pose dans une démocratie ?

##### ☒☒☒☒ Document 16 : Une démocratie d'opinion ?

L'expression « démocratie d'opinion » fait florès. Elle est devenue un lieu commun médiaticopolitique qui sert à désigner et donner cohérence à des évolutions aussi diverses que le triomphe d'une nouvelle force (l'opinion publique), l'omniprésence des sondages et leur médiatisation croissante, la personnalisation de la vie politique ou encore l'affaiblissement des partis politiques. L'avènement de la démocratie d'opinion est le plus souvent déploré dans un registre d'analyse qui relève plus de l'essayisme journalistique que de la démonstration scientifique.

Elle entraînerait en effet une détérioration du débat public soumis au règne de l'émotion, de l'immédiateté, de l'électoratisme ou de la démagogie. Pour ses détracteurs, la démocratie d'opinion serait ainsi impropre à créer un jugement public éclairé. Les gouvernements se soumettraient sans cesse aux verdicts d'une opinion publique versatile mesurée par les sondages et disséquée par les médias. La démocratie d'opinion remettrait en cause la démocratie représentative traditionnelle en instaurant un tête à tête permanent entre l'opinion et les gouvernants.

Le concept de démocratie d'opinion est séduisant mais souvent normatif, flou et attrape-tout. Si l'opinion publique telle qu'elle est mesurée par les sondages exerce des effets puissants sur le jeu politique, notamment à travers sa mise en forme médiatique, son emprise ne saurait être surestimée. Elle est souvent postulée plus que réellement démontrée.

Rémi Lefebvre, *Leçons d'introduction à la science politique*, 2013

**Question 25** : Quel est le lien avec la doxa ?

**Question 26** : Quels sont les risques d'une démocratie d'opinion ?

##### ☒☒☒☒ Document 17 : L'effet Tocqueville

La sociologie a encore développé un autre point important pour toute théorie des opinions et des sentiments collectifs en matière notamment de valeurs. Lorsqu'un répondant déclare qu'il croit que "X", il peut croire réellement à ce qu'il déclare, ou bien n'avoir guère d'opinion sur le sujet, mais estimer que "X" est - socialement ou en soi - la bonne réponse, ou encore craindre de donner sa véritable opinion. Tocqueville est probablement le premier à avoir vigoureusement attiré l'attention sur ce point et à l'avoir illustré par un exemple saisissant. Il peut fort bien arriver qu'une majorité de gens croient "blanc" et que, cependant, "noir" passe pour l'opinion dominante, dit-il. Cela se produit

lorsqu'il est considéré comme illégitime de déclarer qu'on croit "blanc" et au contraire comme valorisant de déclarer qu'on croit "noir". Dans ce cas, seuls ceux qui croient noir s'expriment, et ceux qui croient blanc ont l'impression que, en dehors d'eux-mêmes et de leur entourage, tout le monde croit noir. Ainsi, nous dit Tocqueville (1986, pp.1040-46), au moment de la Révolution, l'opinion publique passait pour anticléricale, alors qu'une forte majorité de la population conservait "l'ancienne foi". Mais, cette majorité restant silencieuse, chacun des croyants avait l'impression d'être seul de son espèce.

*Académie des sciences morales et politiques, « Du bon usage des données d'opinion pour la décision politique »*

**Question 27** : Quel est le phénomène évoqué dans le texte ?

**Question 28** : Quel lien établir avec le libre arbitre ?

## B L'influence des sondages sur la vie politique

### Document 18 : La démocratie du public

Bernard Manin a offert une des analyses les plus stimulantes du concept de « démocratie du public » (notion qu'il préfère à celle de démocratie d'opinion). Dans son ouvrage *Principes du gouvernement représentatif* (Manin, 1996), il cherche à caractériser l'évolution historique des relations entre représentants et représentés. Son analyse, d'ordre plus philosophique que sociohistorique, l'amène à dégager trois séquences, conçues comme des idéaux-types, qui organisent le gouvernement représentatif depuis son avènement aux XVIII<sup>ème</sup> et XIX<sup>ème</sup> siècles.

Il nomme « démocratie des notables » le XIX<sup>ème</sup> siècle, âge d'or du parlementarisme. Les élus, fortement ancrés dans les territoires d'une société encore rurale, entretiennent alors des liens locaux et personnels avec les citoyens qui fondent leur notabilité.

L'ère de la « démocratie des partis » s'impose à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle. Les partis politiques qui émergent à cette période contribuent à une collectivisation de la vie politique. La discipline partisane s'impose peu à peu dans le fonctionnement parlementaire. La relation politique tend à se dépersonnaliser. Les partis politiques porteurs d'intérêts sociaux bien définis deviennent une médiation essentielle entre représentants et représentés. [...] Les organisations partisans structurent à la fois la compétition électorale (ils investissent les candidats et produisent des programmes) et organisent l'expression de l'opinion publique par le militantisme, l'activisme, la mobilisation sociale. Cette domination des partis est remise en cause à partir des années 1970 par le développement de la « démocratie du public », lié selon l'auteur au déclin des identifications partisans et l'emprise des médias et des sondages. Le choix politique se « re-personnalise ». Le marketing politique s'impose comme ressource essentielle visant à rationaliser les stratégies d'image des candidats. Les partis ne parviennent plus à peser sur l'opinion et à structurer le débat public qui se déplace vers les arènes médiatiques. L'électorat ou les citoyens apparaissent comme un « public » qui réagit aux propositions qui lui sont faites sur la scène publique (essentiellement médiatique) et construites en fonction de leurs préférences mesurées par les sondages. En d'autres termes, dans la « démocratie du public », le peuple est moins représenté par les parlementaires ou par les partis que par l'opinion publique, devenue une instance tutélaire et omniprésente. Bernard Manin définit ainsi la « démocratie du public » par des caractéristiques très larges : la personnalisation du choix électoral et sa volatilité croissante, le poids des logiques de communication, d'opinion et de médiatisation.

De nombreux travaux publiés sur les sondages d'opinion et leurs usages amènent à nuancer et affiner l'analyse de Bernard Manin. Les sondages ont certes imposé un quasi-monopole sur la production de l'opinion (ou, dans une vision critique, de son « extraction »). L'opinion publique est bien devenue ce que mesurent les sondages dans les représentations communes. Mais les enquêtes d'opinion exercent des effets plus nets sur le jeu politique que sur les électeurs (« le public »).

*Rémi Lefebvre, Leçons d'introduction à la science politique 2013*

**Question 29** : Quels rôles jouent les sondages dans ce contexte ?

### Document 19 : Les sondages influencent les campagnes électorales

Les professionnels de la politique apparaissent toujours plus préoccupés par les sondages, avec pour conséquence que leur influence sur les campagnes électorales s'avère toujours plus importante. Ce sont, en effet, les côtes de popularité qui permettent de classer les candidats par ordre d'importance, ce sont elles qui leur ouvrent les possibilités d'emprunt dans les banques, donc les possibilités de disposer des moyens financiers pour faire campagne (et progresser dans les « intentions de vote »). De même, les sondages ouvrent la voie des plateaux télévisés (avec là encore un effet de renforcement circulaire, puisqu'il faut accéder aux plateaux télévisés pour avoir des bons sondages et être invités sur les plateaux télévisés). Les thèmes de campagne et les programmes tendent également à être définis en fonction des sondages.

Enfin, les sondages d'« intentions de vote », publiés quotidiennement, contribuent à la scénarisation des campagnes électorales sur le modèle des compétitions sportives et, plus précisément, de courses de chevaux (horse race politics). Il s'agit en effet, après chaque épreuve (la présentation de son programme, l'émergence d'une polémique, le passage dans une grande émission télévisée...) d'établir qui est en tête de la compétition, qui peut encore espérer se qualifier pour la finale (le second tour), qui a gagné des points, qui en a perdu, qui se trouve irrémédiablement distancé... Les commentateurs politiques – journalistes, sondeurs, politologues – passent ainsi une grande partie de leur temps à scruter l'évolution des rapports de force électoraux et ainsi à coproduire les campagnes électorales comme des courses hippiques

Jean-Yves Dormagen, Daniel Mouchard, Introduction à la sociologie politique 2015

**Question 30** : Quels sont les effets des sondages sur les campagnes ?

### Document 20 : Les sondages modifient-ils le comportement des électeurs ?

Si les sondages ont contribué à profondément transformer les pratiques et le jeu politiques, on peut aussi se demander si la publication des intentions de vote modifie le comportement des électeurs. Cette question a fait l'objet de multiples débats, à la fois politiques, juridiques et scientifiques. En France, la loi du 19 juillet 1977 a longtemps interdit la publication de sondages, une semaine avant le vote, au motif qu'ils risquaient d'influencer les électeurs. Cette loi contribuait donc de manière indirecte à consacrer les sondages, en les instituant en mode d'expression quasi-officiel de l'opinion publique et en leur attribuant la capacité d'influencer de façon déterminante les choix des citoyens. Un arrêt de la Cour de cassation a invalidé cette loi en septembre 2001, et la publication des sondages électoraux est désormais autorisée jusqu'au week-end qui précède l'élection.

Une question apparaît sous-jacente à cette réglementation : le sondage influe-t-il sur le vote ? Il est en effet très difficile de répondre à une telle question. Néanmoins, certaines études ont prêté aux sondages deux effets (d'ailleurs contradictoires) : l'effet « bandwagon » (« prendre le train en marche ») qui inciterait l'électeur à rejoindre le vainqueur pressenti de la compétition pour jouir d'une sorte de valorisation sociale ou de satisfaction psychologique ; l'effet « underdog » (« celui que l'on donne vaincu ») qui encouragerait l'électeur à soutenir le perdant pressenti, par pitié ou par sympathie.

Mais le caractère contradictoire de ces deux effets montre bien que la recherche ne sait pas très bien quel impact produisent les publications des intentions de vote sur le comportement et le choix des électeurs. D'autres observateurs, comme Jean Stoetzel (l'un des « pères fondateurs » des sondages français), avancent l'idée que les sondages influencent les comportements au même titre que n'importe quel type d'information. En vertu des différences d'intérêt porté à la politique, les sondages produiraient ainsi cinq types d'« effets limités » : confirmer les électeurs dans leur intention de vote préalable ; décider les indécis ; rendre indécis les décidés ; ne pas influencer du tout ; ou convertir les électeurs aux résultats des sondages. Le problème reste de mesurer concrètement l'effectivité de cet impact différencié aux effets contradictoires.

Notons néanmoins que la croyance en une influence générale des sondages sur les électeurs est assez répandue, comme en témoigne ce qu'on appelle « l'effet de tierce personne » : dans leur grande majorité, les français interrogés déclarent que lors d'une campagne électorale les sondages influencent beaucoup ou assez les électeurs ; mais qu'en revanche, ils n'ont aucun effet sur eux-mêmes et sur leur propre vote. Jean-Yves Dormagen, Daniel Mouchard, Introduction à la sociologie politique, De

Boeck Supérieur, 4e édition, 2015

**Question 31** :Quelle influence négative les sondages d'opinion peuvent-ils exercer sur la participation aux élections ?

**Pour aller plus loin :**



*Comme l'écrit Tony Blair<sup>a</sup> dans ses Mémoires : « Les sondages sont un véritable enfer. Tous les leaders vous diront qu'ils n'y attachent aucune importance mais c'est faux. » Il devient de plus en plus difficile pour un gouvernement de lancer des projets qui rencontrent une forte hostilité dans l'opinion mesurée par des sondages. Un soutien suffisant de celle-ci est a priori nécessaire pour engager le pays dans des réformes importantes. Les élections, si elles restent décisives, ne sont plus le seul moyen de contrôle et de sanction des gouvernants à la disposition de l'ensemble des gouvernés. Les sondages n'exercent d'ailleurs pas uniquement leurs effets sur les majorités au pouvoir, mais aussi sur les oppositions partisans et parlementaires. Celles-ci peuvent prendre appui sur l'opinion publique exprimée par les sondages pour mettre en difficulté le gouvernement et même l'obliger, dans certains cas, à consulter le peuple. Gérard Grunberg et Nonna Mayer, « L'effet sondage. Des citoyens ordinaires aux élites politiques » , 2014.*

a. Tony Blair a été Premier ministre du Royaume-Uni de 1997 à 2007.