

TD1 méthodologique : Comment les sondages expriment-ils l'opinion publique ?

Gilles Guégan-Aadémie de Rennes

Activité 1 : un problème d'échantillon

Nous invitons les élèves à répondre à la question suivante :

Quels outils utilisez-vous pour suivre l'actualité ? (plusieurs réponses possibles)

Les réponses devront être recueillies et analysées selon le tableau d'analyse ci-dessous :

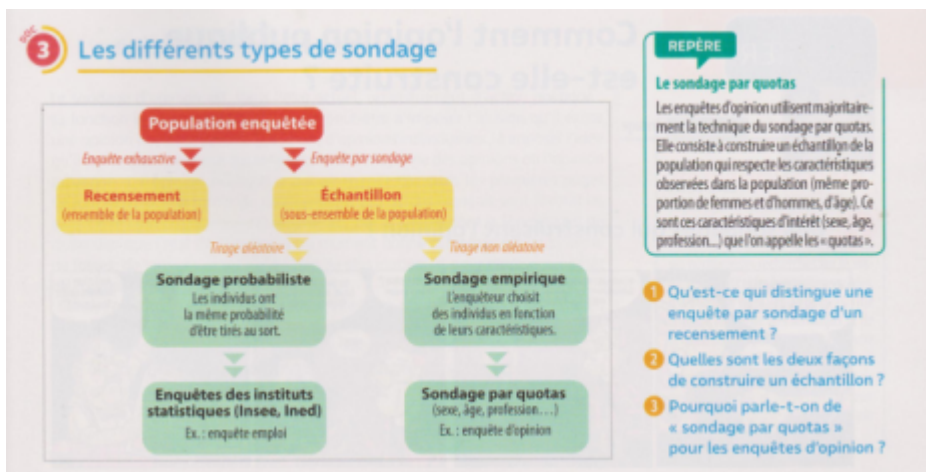
| Type d'outils | Nombre total d'élèves(2) | Nombre d'élèves utilisant l'outil (3) | % (3)/(2) |
|---|--------------------------|---------------------------------------|-----------|
| Presse écrite | | | |
| smartphone | | | |
| radio | | | |
| internet | | | |
| t.v | | | |
| Aucun outil utilisé pour suivre l'actualité | | | |

1/ commentez les résultats obtenus dans la classe ;

2/ Peut-on dire que les élèves ne lisent plus l'actualité mais la regarde uniquement ?

3/ Les résultats obtenus sont-ils représentatifs des comportements de la population française en matière d'outils utilisés pour suivre l'actualité ? Des jeunes en France ? Dans le Lycée ? Pour quelles raisons ?

Activité 2 : les différents types de sondages :



Exercice d'application pour calculer un échantillon représentatif par la méthode des quotas :

Dans un lycée d'enseignement général de 1050 élèves, ceux-ci se répartissent par niveau comme suit :

il y a en seconde 400 élèves, en première, 350 élèves et en terminale 300 élèves ; en plus, quelque soit le niveau, il y a 60% de filles et 40% de garçons.

Question : Si vous deviez réaliser une enquête par sondage (d'opinion) à partir d'un échantillon de 100 élèves représentatif des 1050 élèves du lycée, selon la méthode des quotas, comment se composerait votre échantillon représentatif ?

Activité 3 : Les résultats des sondages d'opinion de moins en moins fiables ?



Activité 4 : les marges d'erreurs dans le cadre d'un sondage d'opinion

| Taille de l'échantillon | Si le pourcentage trouvé est... | | | | | |
|-------------------------|---------------------------------|------------|------------|------------|------------|------|
| | 5 ou 95 % | 10 ou 90 % | 20 ou 80 % | 30 ou 70 % | 40 ou 60 % | 50 % |
| 100 | 4,4 | 6 | 8 | 9,2 | 9,8 | 10 |
| 1 000 | 1,4 | 1,8 | 2,5 | 2,8 | 3 | 3,1 |
| 5 000 | 0,6 | 0,8 | 1,1 | 1,3 | 1,4 | 1,4 |
| 10 000 | 0,4 | 0,6 | 0,8 | 0,9 | 0,9 | 1 |

■ Source : d'après la fiche méthodologique de l'IFOP.

Lecture : dans le cas d'un échantillon de 1 000 personnes, si le pourcentage mesuré est 10 % ou 90 %, la marge d'erreur vaut 1,8 points. Le vrai pourcentage est donc compris entre 8,2 % et 11,8 % pour un résultat de 10 % et entre 88,2 % et 91,8 % pour un résultat de 90 %.

- Faites une phrase exprimant la signification de la donnée entourée.
- Comment la marge d'erreur évolue-t-elle en fonction de la taille de l'échantillon ? Comment l'expliquez-vous ?
- Selon vous, pourquoi les instituts de sondage ont-ils tendance à utiliser des échantillons d'environ 1 000 personnes ?

Activité 5 : les sondages d'opinion produisent des objets largement artificiels. Introduction à la science politique, Dormagen et Mouchard p152-153, 4^{ème} édition de 2007.

Selon les tenants de ce courant d'analyse, l'opinion publique que les instituts de sondages prétendent enregistrer fidèlement n'existerait pas réellement en ce qu'elle serait une pure création de ceux qui prétendent simplement l'enregistrer¹⁰. Ce sont les instituts de sondages qui construiraient une opinion qu'ils parviendraient ensuite à imposer comme étant l'opinion du public. Cette « opinion publique » ne serait, en effet, qu'un **artefact**, une construction sociale artificielle produite par les instituts de sondages eux-mêmes (et diffusée par les médias). Cette analyse concerne essentiellement la troisième catégorie de sondages définie plus haut, les « enquêtes d'opinion ». Pour bien comprendre cette critique des sondages, il faut retracer ses arguments en détail.

Pourquoi ces enquêtes produisent-elles, selon la critique sociologique des sondages, des objets largement artificiels ? Essentiellement parce qu'elles reposent sur une technologie à très haut risque d'artefacts : le questionnaire à questions fermées. Un sondage se présente en effet sous la forme d'un questionnaire, en général composé de **questions dites « fermées »** (par opposition aux **questions dites « ouvertes »**). Cela s'explique par le fait que les questions fermées constituent le meilleur, voir l'unique moyen, de mesurer des comportements ou des opinions. Les réponses peuvent, en effet, être facilement codées et transformées en statistiques. Mais ce type de questionnaires, précisément parce qu'ils reposent sur des réponses déjà formulées et n'enregistrent donc jamais la parole des sondés, comporte plus que tout autre méthode le risque de produire des résultats non seulement superficiels mais également irréalistes.

Les risques inhérents à ce type de méthode apparaissent dès la phase de formulation des questions et des réponses. Comme cela est bien connu, les choix des sondés dépendent pour une large part de la manière dont sont formulées les questions et les réponses. Ainsi à la question (posée dans le cadre d'un sondage en juillet 1983) :

Artefact : objet produit artificiellement par les méthodes et les instruments de recherche utilisés par le chercheur.

Questions fermées : Questions qui proposent aux personnes interrogées un ensemble de réponses déjà formulées parmi lesquelles elles doivent faire un choix.

Questions ouvertes : Questions qui laissent la possibilité aux personnes interrogées de répondre en formulant, elles-mêmes, directement les réponses.

« Pensez-vous qu'aujourd'hui l'État s'oriente réellement vers un changement de politique concernant les économies d'énergie ? », si les réponses possibles sont « oui » ou « non » : on obtient 23 % de oui ; en revanche, si les réponses possibles sont « oui très sérieusement », « oui mais prudemment », « oui mais de façon ponctuelle », « oui mais de façon incohérente », ou « non » : on obtient 66 % de oui¹¹. Des écarts aussi considérables révèlent déjà tout ce que l'opinion publique construite par les instituts de sondage peut avoir d'artificielle. Car s'il suffit de modifier (légèrement) la formulation des réponses proposées pour modifier en retour les « opinions » enregistrées, c'est bien que les sondages n'enregistrent pas de réelles opinions (entendu ici comme point de vue un tant soit peu ferme et consolidé).

Ensuite, il faut noter que les questions posées par les instituts de sondage ne sont pas nécessairement les questions que se posent les sondés, ne serait-ce que parce que tous les sondés n'ont pas les mêmes préoccupations et ne se posent pas les mêmes questions. En réalité, les questions posées dans les enquêtes d'opinion sont celles que se posent ceux qui travaillent dans les instituts de sondage ou celles que se posent leurs clients. Or, le fait de poser aux individus des questions que souvent ils ne se posent pas, qu'ils sont susceptibles de ne pas comprendre (ou de comprendre différemment des sondeurs) et sur lesquelles ils n'ont pas nécessairement d'avis, soulève d'importants problèmes scientifiques quant à la nature de cette opinion publique que prétendent révéler les instituts de sondage¹².

Les méthodes employées reviennent, en effet, à produire des agrégats statistiques souvent fragiles et même parfois irréalistes : se trouvent, par exemple, inclus dans les « oui » des individus qui ont une opinion sur la question qui leur est posée et d'autres qui n'en ont pas vraiment, des individus concernés et d'autres qui ne le sont pas, et même (de manière plus problématique encore) des individus totalement opposés sur le sens même de la question à laquelle il leur est demandé de répondre. Ainsi, pour ne prendre qu'un exemple, dans le cadre d'une enquête sur les réformes de la protection sociale, il apparaissait que 26 % des répondants effectifs s'étaient déclarés « plutôt » ou « tout à fait d'accord » « avec une « augmentation du ticket modérateur » pour réduire les dépenses de protection sociale ». Mais l'adjonction d'une question ouverte — ce qui est rare dans le cadre d'un sondage — permettait de se rendre compte du caractère ambigu des réponses ainsi enregistrées. À partir de la question ouverte suivante « pouvez-vous me dire, en quelques mots, ce que cette idée de ticket modérateur évoque pour vous ? », on pouvait constater, en effet, que 9 % des sondés commettaient un contre-sens absolu : ils pensaient que ce ticket devaient « modérer » les dépenses pharmaceutiques à la charge des assurés ou le confondaient avec un ticket de parking¹³. On comprend alors combien les réponses enregistrées peuvent parfois, selon la nature des questions, relever du malentendu entre enquêteurs et enquêtés.

Question 1 : Définissez artefact à l'aide d'un dictionnaire.

Question 2 : Quelles sont les principaux artefacts produits par les sondages d'opinion évoqués dans le texte ?

Question 3 : En quoi alors les résultats des sondages sont-ils artificiels ?