

## Sociologie et sciences politiques : comment se forme et s'exprime l'opinion publiques ?

Gilles Guégan-académie de Rennes

### Objectifs pour les élèves :

être capables de :

- Relier l'opinion publique du plus grand nombre avec la démocratie,
- Caractériser les techniques de sondages comme mesure de l'opinion publique et en montrer les précautions à avoir quant à l'interprétation des résultats obtenus.
- Montrer quelles influences peut avoir les sondages sur la vie politique.

Concepts clefs : démocratie, opinion publique, sondage.

***Problématique : Quelle relation peut-on caractériser entre le sondage d'opinion publique et la vie politique exercée dans le cadre d'une démocratie (représentative) ?***

### Plan du cours :

I L'avènement de la démocratie et le passage d'une opinion publique d'une élite au plus grand nombre :

I.1 la naissance de l'opinion publique limitée à quelques uns vers celle du plus grand nombre

I.2 la naissance des sondages comme mesure de l'opinion publique

II la controverse autour des sondages d'opinion publique

II.1 les sondages caractérisent-ils de manière fiable l'opinion publique ?

II.2 la place importante des sondages aujourd'hui a-t-elle une importance sur le contrôle de la vie politique ?

### Sensibilisation :

Travail à faire : choisir un sondage d'opinion lié à l'actualité, publié par les medias :

1/ quelle est la question posée ? Quels sont les résultats ?

2/ De quelle opinion parle-t-on ? Les individus ont-ils une représentation personnelle rationnelle de la question posée ? Se posent-ils eux-mêmes la question ? Comment l'opinion est-elle ici, dans ce sondage, établie ? Selon quelle méthode ? Tous les individus sont-ils interrogés ?

3/ Cette opinion publique est-elle réelle dans la société ou construite par la méthode d'enquête par sondage ? Est-elle représentative de l'ensemble des opinions individuelles ?

## ***1 L'avènement de la démocratie et le passage d'une opinion publique d'une élite au plus grand nombre :***

### ***1.1 la naissance de l'opinion publique limitée à quelques uns vers celle du plus grand nombre***

#### **Document 1 : la naissance de l'opinion publique**

L'expression apparaît au milieu du XVIII<sup>e</sup> siècle. La paternité en est attribuée à Jean-Jacques Rousseau : elle désigne alors les idées et sentiments partagés par un peuple ou une communauté. Elle a une connotation péjorative de conservatisme et de contrôle social ; elle se rattache à la rumeur et à la morale.

À la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle, l'opinion publique devient une sorte de tribunal présidé par la Raison triomphante. Elle émane d'une catégorie sociale, les intellectuels et la bourgeoisie éclairée. [...] Les bourgeois se rencontrent dans les cafés et les salons, ils lisent les premiers organes de presse. Bref, une sphère publique se constitue, effet des besoins d'émancipation individuelle, d'échange et de délibération.

L'idée d'opinion publique est donc consubstantielle<sup>1</sup> à la consécration de la démocratie et de la raison. La troisième strate<sup>2</sup> procède d'un autre aspect du même processus historique : l'irruption des nations et des peuples. [...]

Ces derniers vont s'exprimer sous des formes actives et moins pacifiques : manifestations de rue, émeutes, pétitions, courrier des lecteurs... Des partis politiques, des syndicats sont créés. Nous sommes au XIX<sup>e</sup> siècle, et nous voici au troisième âge de l'opinion publique : celui de l'expression populaire et du mouvement social. [...]

La connaissance de l'opinion publique, la recherche de son soutien et la faculté de parler en son nom, deviennent un enjeu permanent de la vie politique. Les sondages vont donner un visage et une présence à l'opinion publique. Le XIX<sup>e</sup> siècle est en effet celui de l'opinion sondagière.

Philippe CAHEN, « La construction de l'opinion publique », Sciences Humaines, n°96, juillet 1999.

1. Consubstantielle : qui est liée, qui fait partie du même ensemble, du même processus.
2. Strate : ici au sens d'étape de développement de la notion d'opinion publique.

- Question 1 : à l'aide d'un dictionnaire de sciences sociales ou de sciences politiques, définir démocratie, démocratie représentative, démocratie directe, répertoire d'action collective, Nation, peuple, partis politiques, syndicats.
- Question 2 : donner un exemple de sondage d'opinion récent.
- Question 3 : l'opinion publique au XVIII<sup>e</sup> siècle était l'expression de qui, dans quel contexte politique et selon quelle forme d'action ?
- Question 4 ; comment l'expression de l'opinion publique s'établit-elle aujourd'hui et selon quel répertoire d'action? En quoi l'opinion publique et la démocratie sont-elles liées ?
- Question 5 : définir opinion publique dans le cadre du type de démocratie.

### ***1.2 la naissance des sondages comme mesure de l'opinion publique***

#### **Document 2 : comment les sondages sont-ils apparus ?**

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>1</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*, Les Presses de Sciences Po, 2011 (2<sup>e</sup> éd.).

- Question 1 : qu'est-ce qu'un vote de paille?
- Question 2 : pourquoi l'enquête par sondage d'opinion est-elle plus fiable que la méthode du vote de paille ?
- Question 3 : définir, à l'aide d'un dictionnaire de sciences sociales ou de sciences politiques le sondage d'opinion

Faire le td1 méthodologique : comment les sondages d'opinion expriment-ils l'opinion publique avant d'étudier le II?

## **II la controverse autour des sondages d'opinion**

- **II.1 les sondages d'opinion caractérisent-ils de manière fiable l'opinion publique ?**

Document 3 : l'opinion publique n'existe pas

Le sondage d'opinion est, dans l'état actuel, un instrument d'action politique ; sa fonction la plus importante consiste peut-être à imposer l'illusion qu'il existe une opinion publique comme [addition] d'opinions individuelles ; à imposer l'idée qu'il existe quelque chose qui serait comme la moyenne des opinions ou l'opinion moyenne. L'« opinion publique » qui est manifestée dans les premières pages de journaux sous la forme de pourcentages (60 % des Français sont favorables à...), cette opinion publique est un artefact<sup>1</sup> pur et simple 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 et qu'il n'est rien de plus inadéquat pour représenter l'état de l'opinion qu'un pourcentage. [...]

Bref, j'ai bien voulu dire que l'opinion publique n'existe pas, sous la forme en tout cas que lui prêtent ceux qui ont intérêt à affirmer son existence. [...] Je dis simplement que l'opinion publique dans l'acception implicitement admise par ceux qui font des sondages d'opinion ou ceux qui en utilisent les résultats, je dis simplement que cette opinion-là n'existe pas.

Pierre Bourdieu, « L'opinion publique n'existe pas », *Les Temps modernes*, 318, janvier 1973.

1. Artefact : construction.

- Question 1 : à l'aide d'un dictionnaire de sciences sociales ou de sciences politiques, définir artefact.
- Question 2 : quelle forme d'opinion publique Bourdieu dénonce –t-il ?
- Question 3 : Comment l'opinion publique existe-elle, en fait, selon Bourdieu?
- Question 4 : illustrer en prenant une question d'actualité complexe et clivante (pma/gpa, voile dans l'espace public ect...) faisant l'objet d'un sondage d'opinion.

Document 3bis : les sondages ne prédisent pas toujours l'avenir

Interview de Frédéric Micheau, directeur du département Opinion et Stratégies de l'institut OpinionWay, à propos de l'histoire des sondages et de leur capacité à mesurer l'opinion publique.

**Quand les sondages arrivent-ils en France ?**

[...] Les sondages renaissent à l'occasion de l'élection présidentielle de 1965, où ils annoncent au point près le ballottage<sup>1</sup> inattendu du général de Gaulle, puis son élection au second tour. [...] Depuis 2016, la fiche méthodologique des sondages doit comporter une mention précisant que tout sondage est affecté de marges d'erreur. Qu'est-ce que la marge d'erreur ? C'est une notion statistique qui établit une borne inférieure et une borne supérieure entre lesquelles se situe un pourcentage. [...] Plus la taille de l'échantillon est élevée, plus la marge d'erreur est réduite. [...] Si un candidat est à 18 % et un autre à 17, il est possible que, dans la réalité, cet ordre soit inversé. [...] En 2002, aucun institut n'a annoncé la possibilité de la présence de Jean-Marie Le Pen au second tour, alors même que l'écart entre les deux candidats se situait dans la marge d'erreur.

**Quelle leçon les instituts de sondage ont-ils tirée de 2002 ?**

Les sondeurs ont pris conscience de la nécessité de mieux communiquer sur les marges d'erreur et l'interprétation des résultats. [...] Selon une étude portant sur 75 années de sondages dans divers pays, le taux d'erreur moyen des intentions de vote est de l'ordre de 2 %, un chiffre faible mais suffisant pour annoncer le mauvais candidat. C'est la limite structurelle de l'outil [...]. Les surprises sont donc toujours de l'ordre du possible.

■ Alix Ratois, « L'influence des sondages est indémontrable », lepoint.fr, 25 juillet 2018.

1. Le ballottage est une situation dans laquelle aucun des candidats n'a réuni la majorité requise au premier tour. Il est alors nécessaire d'organiser un second tour.

Question 1 : définir à l'aide d'un dictionnaire de sciences sociales ou de sciences politiques, démarche scientifique, prédiction (d'une enquête par sondage), échantillon, sondage représentatif, marge d'erreur du sondage, instituts de sondage.

Question 2 : Les résultats des sondages d'opinion ont-ils une valeur scientifique ? Comment se comportent les instituts de sondages ?

- II.2 la place importante des sondages d'opinion aujourd'hui a-t-elle une importance sur le contrôle de la vie politique ?

Document 4 : la démocratie d'opinion

Comment ceux qui nous gouvernent nous entendent-ils ? [...] Comme l'a montré Bernard Manin<sup>1</sup>, nous sommes passés d'une démocratie parlementaire, principalement animée par des notables, à une démocratie des partis avec l'apparition de grandes organisations de masse au début du <sup>xx</sup> siècle ; puis, depuis une cinquantaine d'années, à une démocratie du public, dans laquelle les médias et les sondages jouent un rôle central. Cette dernière modalité, que d'autres appellent la démocratie d'opinion, a été beaucoup critiquée. Ce sont d'abord les médias qui sont accusés de dégrader la qualité du débat démocratique. [...] Ils obligeraient les acteurs politiques à se plier à leur logique de fonctionnement : le discours politique serait soumis à l'empire du temps court et de la petite phrase ; l'émotion serait préférée à l'argumentation ; la politique, dramatisée, personnalisée et esthétisée, deviendrait un spectacle. [...]

Plus généralement, la démocratie d'opinion serait sous l'emprise de la communication. De fait, dans de nombreux pays occidentaux, les personnalités politiques font un appel croissant à des conseillers en image ou à des *spin doctors*, chargés d'agir sur la façon dont les médias perçoivent et interprètent certains événements grâce à diverses techniques de persuasion. Désormais, toute action collective comporte presque systématiquement une forte dimension communicationnelle, s'appuyant sur des stratégies destinées à capter l'attention médiatique.

Thierry Viret, « La démocratie d'opinion ou l'emprise des médias », Rue Saint-Guillaume, n°146, mars 2007.

1. Bernard Manin est chercheur en sciences politiques, auteur d'un ouvrage de référence sur la démocratie représentative (*Principes du gouvernement représentatif*, 1995).

**Les trois âges de la démocratie représentative (d'après Bernard Manin)**

```

    graph LR
      A["Démocratie des notables  
Parlementarisme  
XIXe siècle"] --> B["Démocratie des partis  
XXe siècle"]
      B --> C["« Démocratie d'opinion »  
Démocratie du public  
Depuis 1980"]
  
```

- Question 1 : rappeler les 3 âges de la démocratie représentative, selon Bernard Manin.
- Question 2 : A partir du document 4, caractériser la démocratie d'opinion. Quels acteurs en sont le moteur et dans quel but ?
- Question 3 : A quels acteurs et forme de démocratie se substitue la démocratie d'opinion ?

## Document 5 les effets des sondages d'opinion sur les gouvernants

Agir sur sa cote de popularité – et recourir aux précieux conseils des experts en communication pour y parvenir – s'apparente désormais à une nécessité du « spectacle politique ». [...] Un président de la République en exercice, Nicolas Sarkozy, a pu, durant son mandat, commander plus de trois cents sondages (dont l'un aurait même porté sur le choix du prénom de son futur enfant) pour un coût de 9,4 millions d'euros et adopter un mode de gouvernement ajusté aux sondages, choisissant ainsi d'intervenir systématiquement à la télévision lorsqu'une vague d'enquêtes négatives se profilait à l'horizon.

Philippe Riutort, *Sociologie de la communication politique*, La Découverte, 2013.

- Question 1 : en quoi les sondages influencent le pouvoir des gouvernants ?

## Document 6 les effets des sondages sur les gouvernés

Une question apparaît sous-jacente à cette réglementation : le sondage influe-t-il sur le vote ? Il est en fait 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 (un « effet » qui permettrait par exemple d'expliquer en partie la victoire de Jacques Chirac à l'élection de 1995, donné longtemps perdant face à son principal concurrent de droite, Edouard Balladur). 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<sup>24</sup>. En vertu des différences d'intérêt porté à la politique, les sondages produiraient ainsi cinq types d'« effets limités » : confirmer les électeurs dans leurs intentions 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<sup>25</sup>. 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...

24. Stoetzel J., Girard A., *Les sondages d'opinion publique*, Paris, PUF, 1973.

25. Pour une synthèse sur ce point, voir Giacometti P., « Intentions de vote », in Perrineau P., Reynié D., (dir.), *Dictionnaire du vote*, Paris, PUF, 2001.

due, 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...

Introduction à la science politique 4ème édition,  
Dormagen et Mouchard, Editions de Boeck, 2007, p157/158.

- Question 1 : qu'est ce que l'effet bandwagon et underdog ? En quoi l'information donnée par les sondages d'opinion est elle contradictoire dans l'influence des électeurs ?
- Question 2 : quels sont les 5 effets sur les électeurs dans leur intention de vote ?
- Question 3 : que déclarent les électeurs sondés sur l'influence des sondages d'opinion sur leur intention de vote ? Qu'en concluez-vous ?