

SOCIOLOGIE ET SCIENCE POLITIQUE :
Chapitre 2 : Comment se forme et s'exprime l'opinion publique ?

Programme :

- 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).

Notions : Opinion publique, Sondage

Problématiques : L'opinion publique a-t-elle toujours existé ? Comment émerge-t-elle ? Pourquoi mesurer l'opinion publique ? (I) Comment mesurer l'opinion publique ? Quelles sont les limites ? (II) Quelles sont les conséquences des sondages sur la vie politique et sur la démocratie ? (III)

Introduction : On peut définir l'**opinion publique** comme un ensemble de jugements sur les problèmes actuels auxquels adhère une grande partie des membres d'une société. S'est-on toujours intéressé aux jugements du peuple ?

I – Comment l'opinion publique et les sondages émergent – t – ils ?

Document 1 :

L'opinion publique est d'abord celle des milieux parlementaires. Parce qu'ils rendent « publiques » leurs opinions sur les affaires du royaume (les « remontrances » au roi) contre la politique du Roi qu'ils jugent entourée de mystères, les parlementaires se posent en défenseurs d'une politique qui se ferait dans la transparence et sous les yeux du public (en fait du « public » cultivée ». L'opinion publique est aussi, un peu plus largement, celle des « gens de lettres » [...]

Cette « opinion publique » n'est pas le résultat de l'addition statistique des opinions du plus grand nombre : l'opinion populaire, celle de la foule, est encore synonyme de « passions déréglées et versatiles ». [...] Pendant toute la première moitié du XVIII^{ème} siècle « l'opinion publique » est ainsi moins celle du public (au sens large) que celle, « rendue publique », d'une élite sociale qui fréquente les académies et les salons littéraires.

P. Champagne, Faire l'opinion, le nouveau jeu politique, Les éditions de Minuit, coll. « Reprise », 2015

Document 2 :

On aurait tort de limiter l'analyse de l'opinion publique à la seule sphère de la bourgeoisie. [...] Comme nous le rappelle Arlette Farge, il semble que la sphère publique plébéienne, bien que réprimée, ait pu jouer un rôle non négligeable tout au long du XVIII^{ème} siècle. Sous forme de mécontentement ou d'acquiescement populaire face aux événements, elle taraude le pouvoir monarchique. En effet, si le peuple est considéré [...] comme fou, vulgaire et impulsif, ce peuple existe, murmure et gronde contre l'Etat, contre le roi, contre tous ceux qui commandent et, il est en même temps soigneusement surveillé par la police. En effet, dès la fin du XVII^{ème} siècle, la police parisienne envoie partout ses « mouches » des informateurs chargés d'écouter en certains lieux publics ce qui se dit sur le roi, sur les événements. Cela prouve, affirme A Farge « que la populace a des avis sur les événements [...] dont la pertinence et l'existence politique sont niées par un pouvoir qui, simultanément, les observe continûment... » [...] Certes, le « bruit » du peuple n'est pas encore doté d'une conscience politique populaire, mais progressivement elle se fait reconnaître par l'autorité comme un partenaire valable avec lequel on doit compter.

J Lazar, l'opinion publique, éditions Sirey, coll. « Synthèse » 1995

Document 3 :

1791	Droit de vote restreint aux « citoyens actifs » (hommes de plus de 25 ans payant le cens, un impôt direct égal à la valeur de trois journées de travail).
1792	Brève application du suffrage universel masculin pour élire la Convention.
1795	Le suffrage est indirect car les citoyens du 1 ^{er} degré élisent les électeurs du 2 nd degré qui à leur tour élisent les députés à l'Assemblée nationale.
1799	Consulat : le suffrage universel masculin est sous condition d'âge (21 ans révolus) et de résidence (un an sur le territoire).
1815	Restauration : rétablissement du suffrage censitaire (seuls les hommes de 30 ans payant une contribution directe de 300 francs ont le droit de vote).
1820	La loi électorale permet aux électeurs les plus imposés de voter deux fois.
1848	Chute de la monarchie de Juillet. Mise en place de la II ^e République. Le suffrage universel masculin est adopté. Il ne sera plus remis en cause.

Source : les étapes de la conquête du droit de vote, vie publique, 7 juillet 2018

Document 4 : Quelques révoltes notables aux XVIII^{ème} XIX^{ème} siècle

1789	Révolution française
1830	Trois Glorieuses
1831	Révolte des canuts (ouvriers qui tissent la soie) à Lyon
1848	Révolution de 1848
1870 - 71	Communes de Paris
1890	Première journée française et internationale des travailleurs
1892	Grève des mineurs de Carmaux
1895	Grève à la verrerie de Carmaux

- 1) Document 1 : A quoi correspondait l'opinion publique au XVIII^{ème} siècle ?
- 2) Documents 2, 3 et 4 : Pourquoi cette conception de l'opinion publique évolue – t – elle au XIX^{ème} siècle ?
- 3) Documents 2, 3 et 4 : Pourquoi est – il intéressant de connaître l'opinion publique ?

II – Comment mesurer l'opinion publique ?

1- Les règles pour élaborer des sondages

Document 5 :

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, De Boeck Supérieur, 4e édition, 2015

- 1) Quelle est la première règle qui encadre les sondages présentée par ce texte ?
- 2) Distinguer l'échantillon aléatoire et l'échantillon selon la méthode des quotas ?

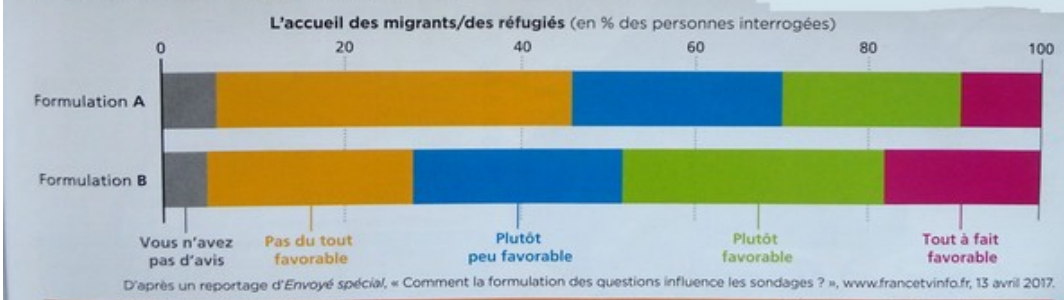
Document 6 :

Quel est l'impact de la formulation des questions sur les résultats d'un sondage ? [...] « On va avoir deux échantillons de 1 000 personnes qui vont présenter un profil tout à fait comparable. Nous poserons à un échantillon la formulation 1, à l'autre la formulation 2 des différentes questions. Et puis, on les comparera. On verra s'il y a des écarts. » [...]

Les résultats sont éclairants. La première question, sur l'accueil des migrants, est formulée de ces deux façons-là :

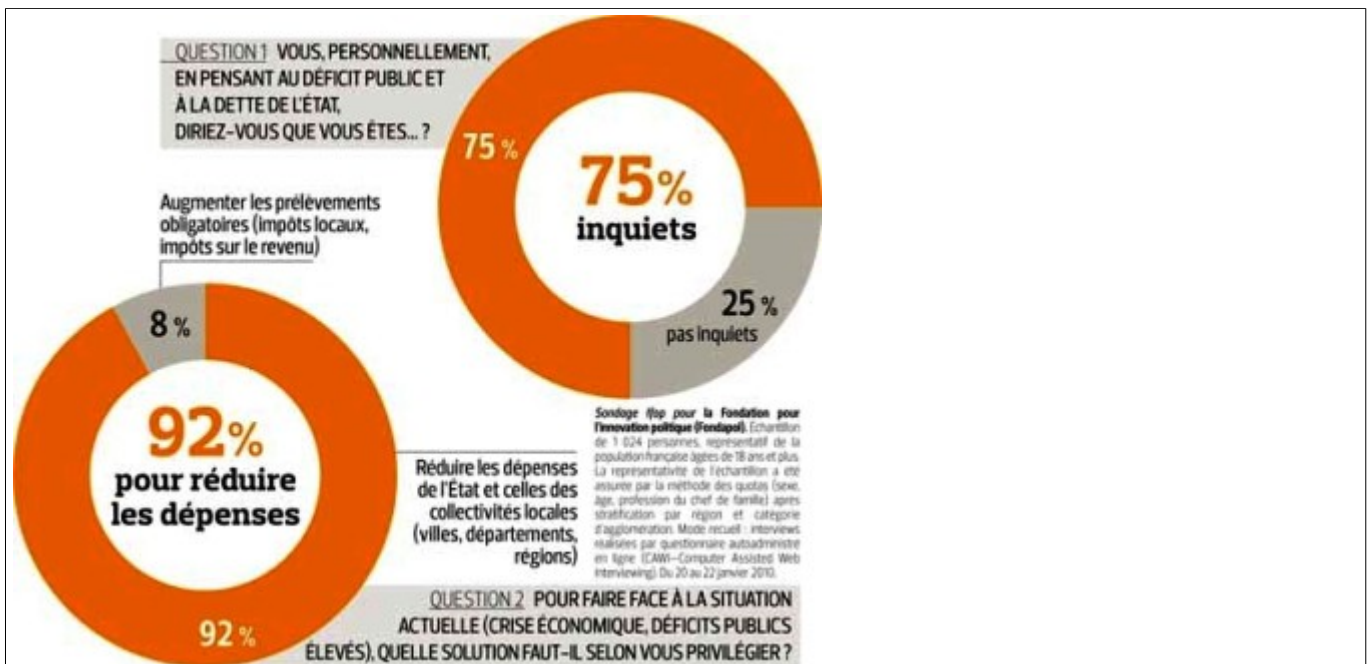
- A. Êtes-vous personnellement pas du tout favorable, plutôt peu favorable, plutôt favorable, tout à fait favorable à l'accueil par la France de milliers de migrants en provenance du Moyen-Orient et d'Afrique ?
- B. Êtes-vous personnellement pas du tout favorable, plutôt peu favorable, plutôt favorable, tout à fait favorable [...] à l'accueil par la France de familles de réfugiés (hommes, femmes, enfants) qui fuient la guerre et les massacres en cours dans leur pays d'origine ?

Comme le montrent les résultats ci-dessous, la première formulation récolte beaucoup plus de réponses défavorables (64 %) que la seconde (47 %) :



Document 7 :

Les sondages d'opinion occupent, « on » le sait [1], une place de choix dans la boîte-à-outils des médias dominants et du journalisme politique. Ainsi, quand le gouvernement lance une campagne agressive pour justifier la baisse des dépenses de l'État (ou du moins de certaines d'entre elles...) et les suppressions de poste massives dans la fonction publique, le *Figaro* opine du chef en annonçant en « une » – comme en écho et par magie – la vérité révélée par un sondage : « 9 Français sur 10 pour la baisse des dépenses publiques ». Comment pourrait-on légitimement s'opposer à 90% de la population ? [...]



De surcroît, la réponse à la question posée dépend de sa formulation et de l'éventail des options possible. Comment s'étonner, dès lors, que 92% des enquêtés, « pour faire face à la situation actuelle (crise économique, déficits publics élevés) », préfèrent « réduire les dépenses de l'État et celles des collectivités locales (villes, départements, régions) » quand la seule autre option proposée consiste à « augmenter les prélèvements obligatoires (impôts locaux, impôt sur le revenu) » ? Il est vrai qu'on voit mal l'IFOP, répondant à la commande d'une fondation liée à l'UMP, proposer aux enquêtés de répondre à cette question en leurs proposant d'autres choix : par exemple « la suppression des niches fiscales et des exonérations de cotisations sociales dont bénéficient le patronat », ou « le rétablissement de l'impôt sur les successions et la suppression des niches fiscales dont jouissent les foyers aisés ». [...]

De même, concernant les recettes de l'État, quelle tristesse que – dans sa célérité à utiliser les résultats de ce sondage – le *Figaro* n'ait pas remarqué qu'interrogés sur l'augmentation des prélèvements obligatoires, les enquêtés pensent à 57% et 47% que cela « devrait d'abord passer » par « l'augmentation de l'ISF (Impôt de Solidarité sur la Fortune) » et « l'augmentation de l'impôt sur les bénéfices des sociétés », contre 7% pour l'augmentation de la TVA et 1% pour celle des impôts locaux ! Mais ces « préoccupations des Français » contredisant totalement les préoccupations (et l'action) du gouvernement, le *Figaro* n'a pas jugé pertinent d'en informer ses lecteurs.

Au vu de ces réponses, on est d'ailleurs en droit de se demander combien d'enquêtés se seraient prononcés pour « augmenter les prélèvements obligatoires » plutôt que « réduire les dépenses de l'État » si, dans la parenthèse suivant « prélèvements obligatoires », étaient mentionnés non les impôts locaux et l'impôt sur le revenu, comme c'est le cas dans ce sondage, mais l'ISF et l'impôt sur les bénéfices des sociétés.

On remarquera, mais cela juste pour le plaisir, avec quelle remarquable (et peu coutumière) précision une des réponses proposées pour cette question a été formulée : « la généralisation de l'impôt sur le revenu à tous les foyers sachant qu'actuellement un ménage sur deux n'en paye pas ». Moralité : lorsqu'il s'agit de faire payer les classes populaires, les sondeurs savent faire preuve d'une étrange précision. Dommage qu'une réponse n'ait pas été formulée de la manière suivante : « supprimer les exonérations de cotisations sociales sur les salaires dont bénéficie le patronat, dans la mesure où elles ont coûté 21,4 milliards d'euros à l'État en 2008 ».

<https://www.acrimed.org/Presentation-tronquee-d-un-sondage-biaise-Le-Figaro-et-le-consensus-liberal-sur>

1) A quoi les personnes qui veulent réaliser des sondages doivent – elles veiller lorsqu'elles formulent leurs questions ?

Document 8 :

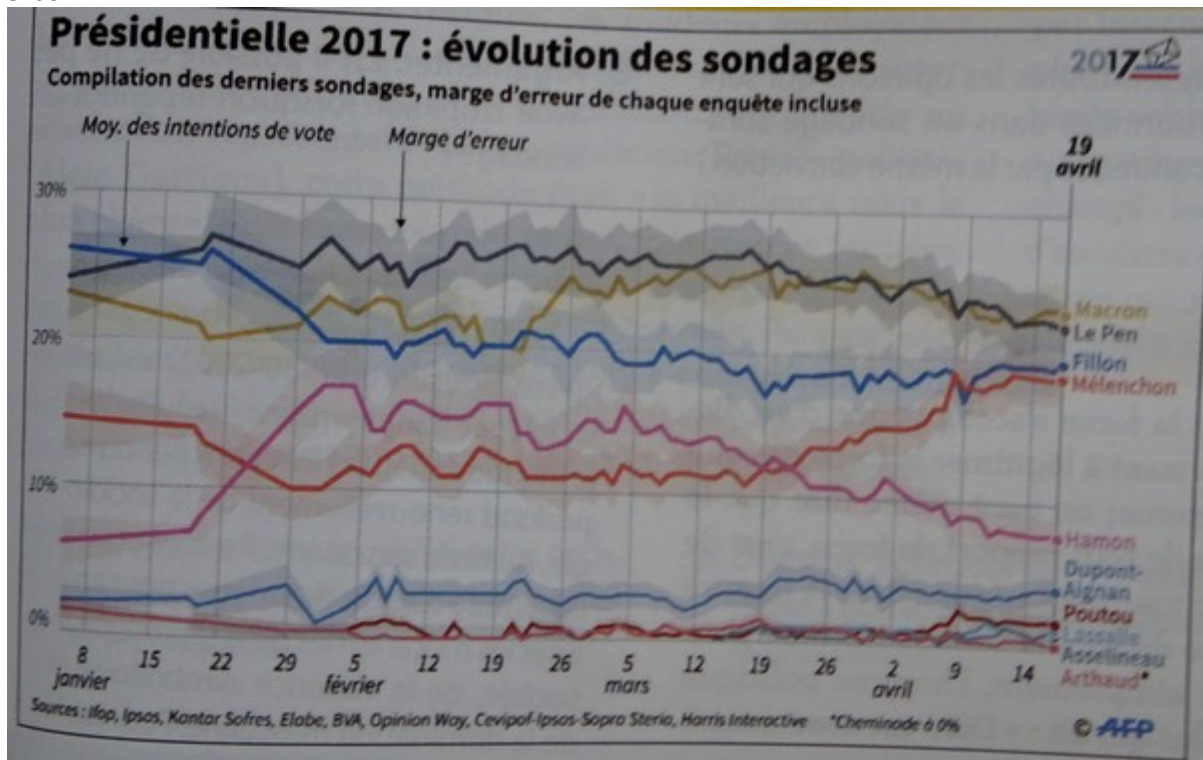
La théorie statistique permet de mesurer l'incertitude à attacher à chaque résultat d'une enquête. Cette incertitude s'exprime par un intervalle de confiance situé de part et d'autre de la valeur observée et dans lequel la vraie valeur a une probabilité déterminée de se trouver. Cette incertitude communément appelée « marge d'erreur » varie en fonction de la taille de l'échantillon et du pourcentage observé.

Taille de l'échantillon	Intervalle de confiance à 95 % de chance					
	Si le pourcentage trouvé est...					
	5 ou 95 %	10 ou 90 %	20 ou 80 %	30 ou 70 %	40 ou 60 %	50 %
100	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10,0
200	3,1	4,2	5,7	6,5	6,9	7,1
300	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500	1,9	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600	1,8	2,4	3,3	3,7	4,0	4,1
700	1,6	2,3	3,0	3,5	3,7	3,8
800	1,5	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5
900	1,4	2,0	2,6	3,0	3,2	3,3
1 000	1,4	1,8	2,5	2,8	3,0	3,1
1 100	1,3	1,8	2,4	2,7	2,9	3,0
1 200	1,2	1,7	2,3	2,6	2,8	2,8
1 300	1,2	1,6	2,2	2,5	2,7	2,7
1 400	1,1	1,6	2,1	2,4	2,6	2,6
1 500	1,1	1,5	2,0	2,3	2,4	2,5
2 000	1,0	1,3	1,8	2,0	2,2	2,2
3 000	0,8	1,1	1,4	1,6	1,8	1,8

Source : notice technique du sondage Ifop sur le climat électoral à Paris, septembre 2018.

Lecture : dans le cas d'un échantillon de 600 personnes, si le pourcentage mesuré est de 10 %, la marge d'erreur est de 2,4 %. Le vrai pourcentage est donc compris entre 7,6 % et 12,4 %.

Document 9 :



1) Qu'est ce qu'une marge d'erreur ? Pourquoi est – il important de la fournir ?

2- Peut – on mesurer l'opinion publique ?

Document 10

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 (1) dépourvus de sens. Troisième postulat implicite : dans le simple fait de poser la même question se trouve impliquée l'hypothèse qu'il y a un consensus sur les problèmes, autrement qu'il y a un accord sur les questions qui méritent d'être posées [...]. Je dis simplement que l'opinion publique dans le sens implicitement admis par ceux qui font les sondages d'opinion ou ceux qui en utilisent les résultats, je dis simplement que cette opinion là n'existe pas.

(1) Résultats faussés lors d'une expérience

Pierre Bourdieu, « l'opinion publique n'existe pas », Questions de sociologie, 1981 2002, by Les Editions de Minuit

1) Pourquoi selon Pierre Bourdieu « l'opinion publique n'existe pas » ?

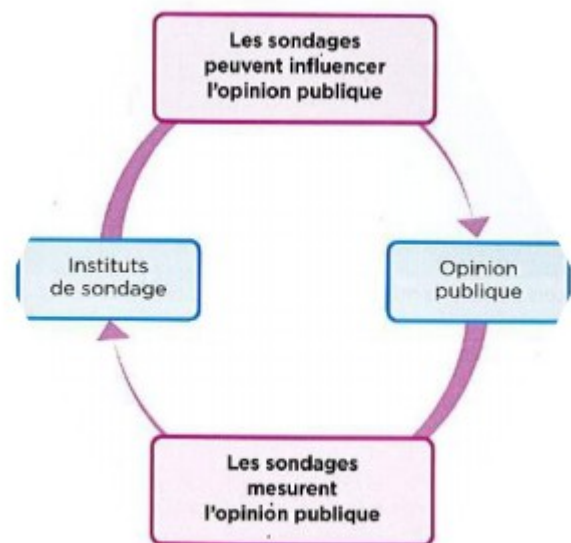
Document 11

Il n'existe pas de vraie opinion publique mais seulement des croyances dans la bonne manière de l'appréhender et de la mesurer. De plus certains ont un intérêt à l'invoquer, à la manipuler ou à agir sur elle. Aujourd'hui, la conception arbitraire de l'opinion publique par les instituts de sondage est dominante. Ce qui est désigné sous l'expression « opinion publique » entretient avec la réalité un rapport complexe : en cherchant à objectiver (1) l'opinion publique, on contribue à produire ce qu'on veut mesurer.

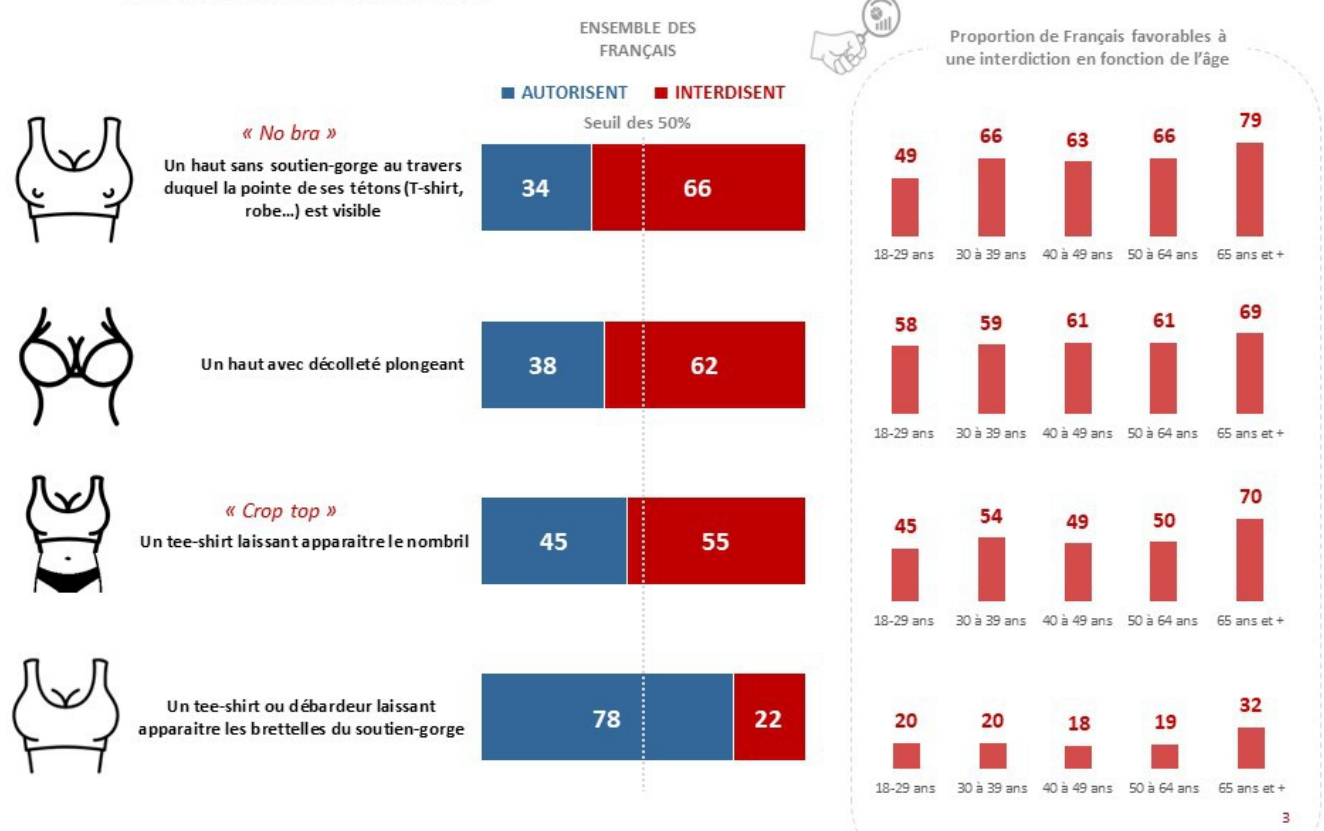
(1) à l'exprimer

Patrick Champagne, Faire l'opinion : le nouveau jeu politique, 1990 by les Editions de Minuit

- 1) Quelle limite des sondages est pointée par ce texte ?
- 2) Quel lien peut – on faire avec le fait que les questions des sondages peuvent être biaisées et non neutres ? (Documents 6 et 7)



QUESTION : Souhaitez-vous que les lycées publics autorisent ou interdisent aux filles le port des vêtements suivants dans l'enceinte de leur établissement ?

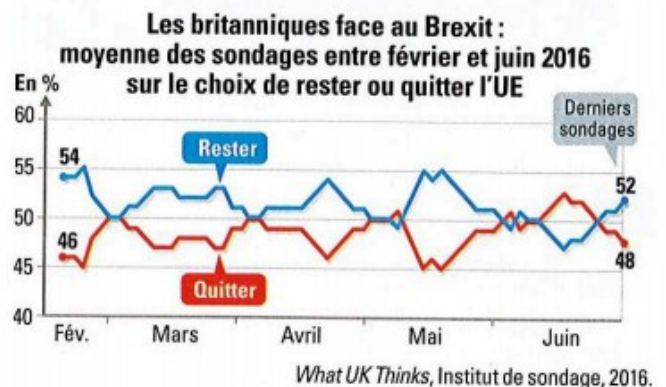


- 1) Pourquoi cette question est – elle biaisée ?
- 2) Les résultats sont – ils le reflet de ce que pensent les individus ou bien conditionnent -ils les individus ?

Document 13 :

Brexit, victoire de Donald Trump ou encore de François Fillon à la primaire de la droite... Ces dernières années, les soirs d'élections, les auteurs de sondages se sont régulièrement retrouvés sur le gril, accusés de s'être totalement trompés sur le résultat. Mais les sondeurs sont-ils vraiment de moins en moins efficaces? Pour en avoir le cœur net, deux chercheurs ont analysé plus de 30 000 sondages réalisés dans 45 pays depuis 1942. [...] « Contrairement à la croyance populaire, les performances récentes des sondages ne sortent pas de l'ordinaire », écrivent les chercheurs. [...] Mieux: si l'on prend en compte uniquement les 11 pays où il y a eu des sondages réguliers enregistrés sur une longue période, [...] les erreurs ont tendance à diminuer avec le temps. [...] [La marge d'erreur] se réduit [cependant] au fur et à mesure que l'élection se rapproche. [...] À la veille de l'élection, elle est en dessous de 2 %.

Grégory Rozière, « Les sondages sont-ils de moins en moins efficaces ?, Des chercheurs ont trouvé la réponse », *Huffington Post*, 12 mars 2018.



- 1) Qu'est – il reproché au sondage dans ce texte ?

III – Quelles sont les conséquences des sondages sur la vie politique et la démocratie ?

1 – Les sondages renforcent la démocratie

Document 14

Malgré la multiplication des critiques, les sondages sont toujours aussi omniprésents dans la vie quotidienne des démocraties. Leur force sociale repose, entre autres, sur leur apparente scientificité, c'est-à-dire sur une propriété hautement valorisée dans une société rationnelle. De ce point de vue, les sondages consacraient en quelque sorte l'alliance de la science et de la démocratie, puisque le recours à des méthodes sociologiques et statistiques permettrait de connaître directement l'opinion publique, c'est-à-dire la volonté du peuple. Si on accepte ce postulat, il est logique de voir dans les sondages un facteur de renforcement de la démocratie, car ils permettent théoriquement de réaliser le vieux rêve de la démocratie directe, celle où la volonté des citoyens peut être connue à tout moment et donc doit être prise en compte en permanence par les gouvernants. Selon cette conception, les sondages contribueraient à mettre au centre du jeu politique l'opinion et la volonté des citoyens. Ils donneraient, entre autres, la possibilité aux citoyens d'intervenir à plusieurs niveaux :

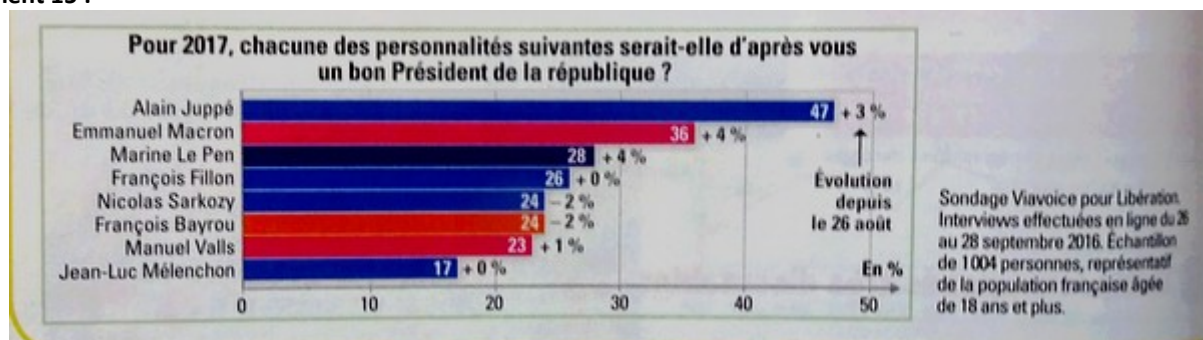
- tout d'abord, dans la sélection des gouvernants, puisque les candidats aux élections sont désormais (et de plus en plus) choisis en fonction de leur côte de popularité, laquelle est établie par les sondages. Par conséquent, ce ne sont plus seulement les partis qui choisissent les futurs gouvernants, mais en quelque sorte les électeurs qui, par leurs préférences, contribuent à imposer (ou au contraire à exclure) certains candidats sur la scène politique. [...]

- ensuite, en les éclairant sur les rapports de forces entre les différents candidats, les sondages permettraient aux électeurs de mieux mesurer les effets de leurs choix et donc de voter de façon plus rationnelle et efficace. Dans cette optique, les sondages favoriseraient également le contrôle des gouvernants puisqu'ils permettraient de faire connaître à tout moment les attentes et les réactions des citoyens [...]. Ils obligerait ainsi les gouvernants à prendre en compte la volonté populaire, les responsables politiques pouvant difficilement mener des politiques qui seraient très massivement rejetées par l'opinion. En somme, les sondages permettraient l'exercice d'une sorte de contrôle démocratique sur le pouvoir.

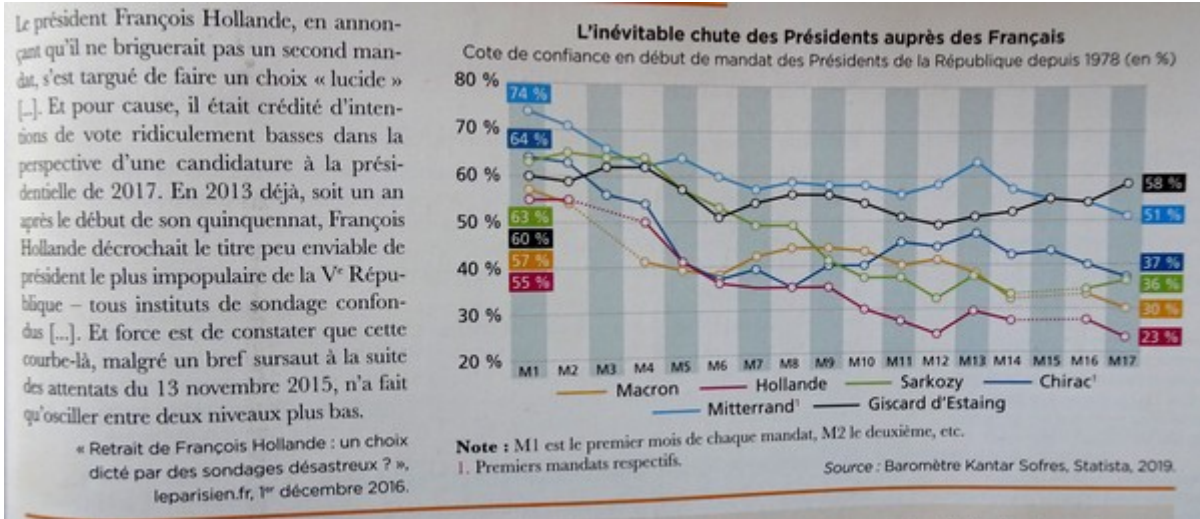
- enfin, ils favoriseraient également le respect de l'opposition, puisqu'ils rappelleraient, en permanence, à la majorité gouvernementale que l'ensemble des citoyens ne partage pas les décisions adoptées. Ils joueraient donc également le rôle de contre-pouvoir. Dans cette perspective, comme le soutient par exemple Alain Lancelot, les sondages seraient bien un instrument efficace pour la réalisation d'une véritable démocratie d'opinion, c'est-à-dire une démocratie au sein de la quelle l'opinion publique occupe une position centrale, inspire les politiques menées et participe à la sélection et au contrôle des gouvernants.

Jean-Yves Dormagen, Daniel Mouchard, Introduction à la sociologie politique, De Boeck Supérieur, 4e édition, 2015

Document 15 :



Document 16 :



Document 17 :

Fin 2018 : chronologie du début de la crise des « gilets jaunes »

18 octobre	Publication sur Facebook d'une vidéo qui dénonce la hausse des taxes sur le carburant décidée par le gouvernement.
17 novembre	Première journée de blocages de routes et de rassemblements sur les ronds-points. Environ 300 000 manifestants partout en France.
22 novembre	Deux tiers (66 %) des Français jugent que le mouvement des « gilets jaunes » doit se poursuivre. Près de 8 Français sur 10 (77 %) l'estiment justifié.
24 novembre	Manifestations partout en France. Les revendications s'élargissent et ne concernent plus seulement la baisse du prix du carburant.
28 novembre	84 % des Français jugent justifié le mouvement.
1 ^{er} décembre	Troisième samedi de mobilisation.
4 décembre	Le Premier ministre suspend la hausse de la fiscalité sur les carburants.
10 décembre	Le Président de la République Emmanuel Macron annonce plusieurs mesures en faveur du pouvoir d'achat.

- 1) Quels changements les sondages entraînent – ils sur la vie politique ?
- 2) Pourquoi les sondages sont – ils positifs pour la démocratie ?

2- Les limites de la démocratie d'opinion

- 1) Documents 7, 10 et 11 : Pourquoi soumettre le choix de candidats et des thèmes de campagne à l'opinion publique peut être problématique ?

Document 18 :

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

Document 19 :

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

Document 20 :

Comme l'écrit Tony Blair 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 Meyer, « l'effet sondage. Des citoyens ordinaires aux élites politiques » dans Yves Déloye (ed.), Institutions, élections, opinion. Mélanges en l'honneur de Jean – Luc Parodi, Presses de Science po, 2014.

1) Quelles sont les limites des sondages présentées par ces textes ?

Document 21 :

« Les sondages disent que c'est face à Emmanuel Macron que Le Pen est la plus faible, alors je vais voter Macron, même si départ je voulais voter Hamon » (Entretien, étudiant, 23 ans, 26 février, Paris)

Le sondage crée ce vote dit « utile » dès le premier tour, il l'amplifie considérablement, il le consolide ; il empêche presque de faire de la politique, de faire campagne tant il enlève aux militants et sympathisants l'espoir d'avoir une bataille à livrer. Nous retrouverons donc ici l'effet « bandwagon » par la stimulation d'un comportement grégaire des individus qui fait converger les électeurs vers le candidat en tête. Face à cet effet bandwagon, il y a son pendant « l'effet underdog » : lui consiste à secourir le perdant, il pousse les électeurs à se mobiliser pour le candidat à la traîne dans les sondages.

Virginie Martin, « Emmanuel Macron, ou l'effet bandwagon, www.theconversation.com, 5 mars 2017

Document 22 :

Entre mars et avril 2017 (soit au cours des dernières semaines avant l'élection présidentielle de 2017), Jean-Luc Mélenchon s'envole dans les sondages : les intentions de vote en sa faveur passent de 10 à 19 % en seulement un mois, tandis que celles en faveur de l'autre principal candidat de gauche, Benoit Hamon, s'effondrent.

Question : Jean-Luc Mélenchon bénéficie-t-il d'une « bulle sondagière », où les bons sondages convaindraient toujours plus d'électeurs, et alimenteraient eux-même sa montée dans les sondages ?

Bruno Cautrès¹ : [...] Ça ne peut pas faire de mal à la campagne de Jean-Luc Mélenchon de pouvoir se présenter comme le candidat qui permettra à la gauche de faire meilleure figure possible. Les sondages comptent dans la part du choix des électeurs qui se fait à court terme. [Ils] vont s'assurer que tel candidat est toujours celui dont le programme leur plaît le plus, mais aussi tenter de calculer si leur favori peut se qualifier au second tour. Toutes les personnes qui voteront pour Jean-Luc Mélenchon ne partagent pas forcément l'intégralité de son programme [...]. Mais d'autres éléments comptent également, comme la bonne ou mauvaise performance d'un candidat lors d'un débat télévisé. Jean-Luc Mélenchon fait une bonne campagne : sa hausse dans les sondages s'explique par une interaction entre tous ces facteurs.

1. Chercheur au CNRS et au Cevipof, et spécialiste de l'analyse du comportement des électeurs.

« Présidentielle : les sondages influencent-ils notre vote ? », propos de Bruno Cautrès recueillis par Louis Boy, www.francetvinfo.fr, 18 avril 2017.

- 1) Quels sont les effets des sondages sur les intentions de vote ?
- 2) Pourquoi est ce critiquable ? Voir aussi le document 13

Synthèse : Comment se forme et s'exprime l'opinion publique ?

I – Comment l'opinion publique et les sondages émergent – t – ils ?

L'..... correspond à un ensemble de jugements sur les problèmes actuels auxquels adhère une grande partie des membres d'une société. Sa conception a évolué avec l'avènement de la démocratie. Jusqu'à la moitié du XVIIIème siècle / début du XIXème, le peuple ne participait pas à la prise de décisions qui était réservée à une élite. L'opinion publique était donc considérée comme celle de l'élite. Avec l'avènement de la démocratie, les peuples conquièrent des droits politiques (vote, manifestation) et participent donc à la prise de décisions politiques. L'opinion publique devient donc celle du plus grand nombre. Les partis par soucis électoraliste, pour canaliser la colère vont donc avoir intérêt à mesurer cette opinion publique. Les vont donc petit à petit naître à partir des années 30.

II – Comment mesurer l'opinion publique ?

Produire un sondage n'est pas aisé et doit respecter un ensemble de règles pour que les résultats fournis reflètent la réalité. Il faut premièrement construire un qui représente la population et toutes ces caractéristiques. Il existe deux méthodes : par ou en déterminant des Les sondeurs doivent deuxièmement poser des qui sont claires, précises, neutres et non biaisées. En effet, les questions influencent les réponses. Il faut donc faire attention au choix du vocabulaire utilisé et ne pas induire de réponse dans sa question. Enfin pour ce qui est de l'interprétation des résultats, les sondages doivent préciser les c'est à dire des marges auxquelles les résultats peuvent fluctuer et ne pas négliger les (abstentionnistes par exemple).

Le fait de réaliser des sondages est vivement critiqué. Pierre Bourdieu dit notamment que « l'opinion publique n'existe pas ». En effet, tout le monde par manque de formation n'a pas forcément une sur les questions posées. Les sondages comportent des réponses de personnes ayant les connaissances sur les sujets avec celles de ceux qui n'en ont pas. Ils seraient donc une agrégation de résultats sans sens réel. De plus, les sondages partent du principe que les questions posées sont par le plus grand nombre. Or ce n'est pas forcément le cas. D'autres auteurs reprochent aux sondages de ne pas mesurer l'opinion mais de Le fait de répéter certaines questions auxquelles la population ne pense pas forcément conditionnent en effet l'opinion publique. Les questions et réponses biaisées peuvent aussi orienter le débat public. Enfin les sondages sont critiqués car ils peuvent aussi De nombreux événements récents élection de Trump, Brexit mettent à mal les sondages.

III – Quelles sont les conséquences des sondages sur la vie politique et la démocratie ?

Les sondages permettent à tout moment de connaître les intentions de vote des électeurs, des sujets qui les préoccupent... Ils entraînent donc d'importants changements dans la vie politique et dans la démocratie. Par exemple si un sujet est largement partagé par la société, pourquoi un parti n'en parlerait – il pas ? Ou encore si un candidat est largement plébiscité par un sondage, pourquoi un parti en présenterait – il un autre ? Les sondages conduisent donc à ce que ce ne soit plus les qui choisissent les candidats et les revendications à débattre mais l'.....

Ceci peut être perçu comme quelque chose de positif. Cela conduirait à créer un lien entre le peuple et les gouvernants. Ce ne sont plus les partis qui choisiraient à notre place, mais nous qui désignerons directement les candidats et les sujets qui nous semblent importants. La vie politique deviendrait donc strictement le reflet de ce que pense le peuple et ne correspondrait plus au ressenti de quelques hommes politiques. Les sondages permettent aussi de les hommes politiques. Si un projet n'est pas apprécié, son porteur voit sa côté de popularité dans les sondages et doit changer de politique en vu d'être ré-élu. Les sondages permettraient donc que les opinions du peuple et leurs changements soient strictement respectées. Enfin les sondages permettent de rappeler l'existence d'une et de la nécessité de prendre en compte son avis. (Cf : le mouvement des gilets jaunes qui a modifié la politique menée par Macron). Les politologues disent que les sondages marquent la fin de la démocratie des ou de la démocratie et l'avènement d'une démocratie d'.....

La démocratie d'opinion peut être aussi critiquée. Si les individus n'ont pas les connaissances sur les partis et les programmes en quoi les choix qui ressortent des sondages sont légitimes ? Les opinions peuvent notamment être influencée par nos plus que par la raison. Est ce souhaitable pour déterminer des candidats ou thèmes à débattre ? Par ailleurs les sondages peuvent les opinions. Les candidats et les thèmes choisis ne seraient donc pas le reflet de la volonté du peuple mais de celles de ceux qui font les sondages. Les sondages peuvent aussi

dé-inciter un candidat à ou encore les médias à l'inviter dans des débats. Or le fait d'être présent ou non à un débat à un effet sur le vote des électeurs. Les sondages peuvent aussi être commandés par les en vu d'influencer l'opinion publique et d'imposer un thème. On retrouve ici l'idée que les thèmes ne sont pas forcément le reflet de ce que veut la population. Lors des campagnes électorales, les médias auraient aussi tendance à beaucoup plus commenter les des candidats fournis par les sondages telle une course de chevaux que de s'attarder sur le fond de leur projet politique. De plus, les candidats changent de stratégie et adoptent des comportements pour grimper dans les sondages. Ils auraient donc davantage tendance à se soucier de leur présentation ou encore de leur que du fond politique qu'ils défendent. Enfin, tous les candidats seraient tenus par ce que disent les sondages et pour être élus à s'y conformer. Les sondages estomperaient donc les différences partisans des hommes politiques et conduiraient au Les sondages sont donc critiqués car ils marqueraient la fin d'une argumentation raisonnée et sincère au profit d'une argumentation opportuniste et démagogue appuyée sur l'opinion du plus grand nombre sans qu'elle n'ait forcément de sens. Enfin les sondages sont aussi accusés d'avoir une influence sur le vote des électeurs. Les sondages présentent en effet des candidats gagnants et des candidats perdants. Certains seraient donc tentés de voter pour le gagnant non par conviction mais car il est présenté comme tel ou encore à choisir ce qui leur paraît le moins défavorable. C'est ce qu'on appelle l'effet (ex : voter Macron car il est présenté en tête ou car il paraît une alternative moins défavorable face à Marine Le Pen que François Fillon). Les sondages peuvent aussi produire l'effet inverse, l'effet Il s'agit de soutenir son candidat car il perd. Enfin le fait de prédire les résultats en avance peut laisser penser que les « jeux sont faits » encourager l'abstention mais conduire à des surprises puisque les sondages peuvent se tromper. Pour toutes ces raisons les sondages ne consacraient pas un renforcement de la démocratie et devraient être remis en cause.