

Chapitre 4 : Comment se forme et s'exprime l'opinion publique ?

L'attention portée à l'opinion publique et aux sondages d'opinion dans les démocraties contemporaines est paradoxale : l'opinion publique, sans cesse auscultée via les sondages, est devenue un élément essentiel de la vie politique, mais la capacité des sondages à véritablement saisir et mesurer l'opinion publique est fortement contestée et l'existence même d'une opinion publique fait l'objet de débats.(source : Eduscol)

I. Démocratie et opinion publique

1. De l'opinion d'une élite éclairée...

Au 18^e siècle, l'opinion publique, notion dont la paternité est attribuée à Jean-Jacques Rousseau, se limite à l'opinion d'une élite éclairée par la Raison (faculté de l'esprit humain, de raisonner, de produire et de mobiliser des connaissances et de rompre avec ses préjugés, ses émotions, ses pulsions). L'opinion publique est donc l'opinion d'un petit nombre d'individus érudits, cultivés, d'une aristocratie et d'une bourgeoisie qui s'expriment dans les salons littéraires, les cafés, au parlement ou dans la presse d'opinion (exemples de presse d'opinion au 18^e : *La Gazette*, *Le Journal de Paris*, *Le Journal des débats*).

2. ...à l'opinion publique dans les sociétés démocratiques.

L'avènement des sociétés démocratiques au cours du 19^e siècle va donner une autre dimension à l'opinion publique qui va devenir l'opinion du plus grand nombre, l'opinion majoritaire. Les régimes démocratiques donnent la possibilité aux citoyens de s'exprimer par le vote (1848 : suffrage universel masculin en France) mais ils leur reconnaissent également des libertés individuelles comme la liberté de conscience, de réunion, d'association, d'expression et de la presse. Ces libertés fondamentales vont permettre de nouvelles formes d'expression de l'opinion publique : manifestations, pétitions, courriers des lecteurs, etc. Mais elles vont également favoriser la structuration de l'opinion publique à travers le développement des partis politiques et des syndicats (loi Waldeck-Rousseau, 1884). Ces éléments permettent à l'opinion publique de s'exprimer également en dehors des périodes électorales. On doit également considérer le fait que le niveau d'instruction des populations s'élève (lois Ferry de 1881 et 1882 par exemple) ce qui permet à un nombre plus important de citoyens de s'emparer des questions de société et d'exprimer leurs opinions.

3. Un contexte favorable à l'émergence des sondages

Le contexte est alors favorable à l'émergence des sondages :

- **1850** : votes de paille (straw polls) aux USA qui sont des simulations d'élections, les lecteurs doivent par exemple retourner un coupon au journal en indiquant leur intention de vote.
- **1936** : George Gallup, premier sondage à partir d'un échantillon, il prédit l'élection de F.D.Roosevelt (l'histoire le retient comme le père fondateur des sondages)

- **1938** : création de l'IFOP (Institut français d'opinion publique) en France par Jean Stoetzel et premier sondage sur les accords de Munich et la crise des sudètes. Le terme français de « sondage » a été inventé par Jean Stoetzel.
- **Aujourd'hui** : il existe de nombreux instituts en France (IFOP, TNS, Sofres, BVA, Ipsos, Elabe, Sopria-Steria...) et les sondages se sont multipliés : En 2022, selon un rapport de la Commission nationale des sondages, 467 sondages ont été publiés sur la seule thématique de l'élection présidentielle !

Exemple de sondage : [l'évolution des intentions de vote aux européennes 2024](#)

II. Sondages, opinion publique et démocratie

1. Principes et techniques des sondages

Principes : qu'est-ce qu'un sondage ?

Technique permettant de rendre compte de l'avis majoritaire d'une population en n'en interrogeant qu'une partie : un échantillon représentatif. La loi du 25 avril 2016 définit un sondage comme « une enquête statistique visant à donner une indication quantitative, à une date déterminée, des opinions, souhaits, attitudes ou comportements d'une population par l'interrogation d'un échantillon ».

Technique : réalisation d'un sondage

1. La construction d'un échantillon : on peut obtenir un échantillon représentatif selon la méthode des « quotas » (sondages empiriques), c'est-à-dire que les personnes interrogées doivent se répartir selon les mêmes caractéristiques sociales – sexe, âge, profession, niveau de diplôme, lieu d'habitation, etc. – et les mêmes proportions que la population à étudier, la population-mère (ensemble des personnes sur lesquelles porte l'étude). L'échantillon doit être d'une taille suffisante : le plus souvent au moins 1000 personnes. On peut également utiliser la méthode aléatoire (sondage probabiliste), dans ce cas les individus ont la même probabilité d'être tirés au sort. Même si cette méthode apparaît moins « scientifique », elle donne de très bons résultats.

→ Certaines études montrent néanmoins que les échantillons sont souvent biaisés (document 4)

2. La réalisation du questionnaire et la passation : les questions 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. Le plus souvent aujourd'hui, la passation est réalisée par téléphone car cela est plus fiable mais les instituts de sondage ont de plus en plus recours à Internet.

3. Le traitement et l'interprétation des résultats : il est important de tenir compte de l'ampleur des non-réponses tout comme l'abstention est importante lors d'une élection. Mais il faut aussi être attentif aux marges d'erreur mesurées par les intervalles de confiance.

Les avantages des sondages :

- Mode d'expression égalitaire : les sondages permettent à ceux qui ne s'expriment pas sur la scène publique de s'exprimer à travers les sondages. Ils permettent aussi à l'opinion de s'exprimer en dehors des périodes électorales, de façon moins ponctuelle.

- Ils renforcent la démocratie en permettant aux gouvernants d'avoir accès à l'opinion des citoyens pour gouverner. En retour, ils permettent aussi d'évaluer l'action des gouvernants : ils exercent une fonction de contrôle des gouvernants.

2. Les limites des sondages pour interpréter l'opinion publique

La critique de Pierre Bourdieu : « l'opinion publique n'existe pas » (article de 1973)

Pierre Bourdieu affirme que « l'opinion publique [des sondages] n'existe pas ». Pour lui, les sondages ne se contentent pas d'enregistrer l'opinion, mais ils la créent. Il remet en cause trois postulats qui sous-tendent la légitimité des sondages : « tout le monde peut avoir une opinion » ; « toutes les opinions se valent » ; il y a un « accord sur les questions qui méritent d'être posées ». Or, les questions posées par les sondeurs ne sont pas des questions que se posent effectivement toutes les personnes interrogées ; certaines n'ont pas d'opinion préétablie. Toutes les opinions ne se valent pas, dans le sens où elles n'ont pas toute la même force sociale (certaines personnes sont plus informées ou plus mobilisées que d'autres). Les questions posées reflètent davantage les préoccupations des sondeurs ou de leurs commanditaires (« effet d'imposition de problématique ») que celles des citoyens. Pour Pierre Bourdieu, l'opinion publique est un rapport de force à un moment donné sur des questions de société.

La critique de Patrick Champagne : le sondage comme artefact (= une construction) de domination

Patrick Champagne [1990], considère que « les sondages font l'opinion » et que l'opinion publique est un artefact fabriqué par les acteurs du champ politique pour légitimer leur domination. En ce sens, c'est un instrument de confiscation du pouvoir.

La critique de la prédictibilité des sondages : Brexit, Trump, 21 avril 2002

Les instruments et techniques de mesure utilisés pour les sondages se sont largement perfectionnés et suscitent aujourd'hui peu de critiques. On sait mesurer, mais sait-on ce qu'on mesure ? Ainsi, **une intention de vote ne correspond pas toujours au vote** ; une enquête d'opinion n'est qu'une photographie des opinions à un instant précis et ne peut pas prétendre être une prédiction toujours vérifiée des résultats du scrutin. C'est ce qui peut expliquer certaines surprises, telles que le Brexit, l'élection de D. Trump en 2016, et bien sûr le résultat du 21 avril 2002 (Jean-Marie Le Pen au second tour de l'élection présidentielle avec près de 17% des suffrages exprimés).

3. L'influence des sondages sur la vie politique et la démocratie

La publication massive et régulière de sondages politiques (près de 500 pour la présidentielle 2022 !) a des effets réels et fait de l'opinion publique un acteur central de la vie politique.

3.1. Influence des sondages sur la vie politique

Les instituts de sondages sont des « faiseurs d'opinion »

Il est aujourd'hui communément admis que les sondages ont un effet rétroactif sur cette même opinion publique (ils prétendent la mesurer mais ils la font). Les sondeurs et leurs commanditaires sont ainsi souvent considérés comme des « faiseurs d'opinion ». La publication d'un sondage, prenant la forme de quelques chiffres synthétiques, permet de dégager une opinion majoritaire et crée de ce fait un **effet de consensus** (exemple : **65 % des français** considèrent que l'intervention d'Israël pour éliminer le Hamas de Gaza est justifiée, [sondage Ifop du 25 octobre 2023](#)). Les sondages favoriseraient donc le consensus et un

certain conformisme (« Les Français pensent que... ».) conduisant ceux qui ont une opinion divergente à se taire (car minoritaires).

La mise à l'agenda par les sondages

Les sondages contribuent à dicter l'agenda médiatique et à structurer les débats par l'effet d'imposition de problématiques. Les sondages et leurs commanditaires contribuent donc à inscrire des thématiques dans le débat public.

Fonction de présélection et de prévision des résultats

Les sondages semblent exercer une influence importante, quoique indirecte sur le processus électoral. D'une part, les sondages peuvent jouer un rôle de pré-sélection de l'offre électorale, ils peuvent notamment influencer les élections primaires (ouvertes ou fermées) qui permettent aux partis politiques de sélectionner les candidats à l'élection ou imposer un candidat à un bureau politique de parti en cas d'absence de primaires. D'autre part, le recours massif aux sondages en période électorale a un effet « courses de chevaux » et la prévision des résultats de l'élection peut démobiliser l'électorat.

3.2. L'influence des sondages sur le vote

On peut retenir principalement trois effets :

- **le vote stratégique (ou vote utile)** : l'électeur se met à soutenir un parti qui n'est pas son premier choix pour empêcher l'élection d'un autre parti (exemple : le militant du Parti Socialiste qui vote Emmanuel Macron en 2022 pour faire barrage au Rassemblement National).
- **l'effet bandwagon, « prendre le train en marche » (ou effet de contagion)** : il y a un effet de mimétisme qui conduit l'électorat à soutenir un candidat donné vainqueur dans les sondages, pour être dans le camp du gagnant (exemple : effet bandwagon en faveur d'E. Macron en 2017).
- **l'effet outsider (aussi appelé effet « underdog »)**: l'électeur se mobilise pour sauver un candidat en perte de vitesse (exemple : Trump en 2016)

Les pouvoirs publics reconnaissent l'influence des sondages sur les élections donc les législateurs ont mis en place une Commission des sondages dont l'objet est « d'empêcher que la publication de sondages électoraux vienne influencer ou perturber la libre détermination du corps électoral » (notamment en introduisant une période de réserve à la veille du scrutin).

Conclusion : l'avènement d'une démocratie d'opinion

Pour certains, il y a une victoire des sondages face aux instances traditionnelles de la vie politique (partis politiques, syndicats). Les résultats des sondages sont plus médiatisés et commentés que les discours politiques. Les sondages sont souvent brandis lors de débats, sur les plateaux de télévision par exemple, ils font argument d'autorité, ils sont respectés alors qu'ils n'ont que l'apparence d'une vérité scientifique (nous le savons maintenant).

Les sondages sont donc souvent utilisés comme arguments pour conduire la politique, pour prendre des décisions politiques ce qui revient à répondre aux désirs de l'opinion publique : la démocratie est donc celle de l'opinion (la démocratie d'opinion).

Pour le politologue Bernard Manin, la démocratie d'opinion est un mode de fonctionnement du pouvoir politique dans lequel les décisions politiques sont directement dépendantes de l'opinion publique : il y a une emprise de la communication politique (exemple : « [un pognon de dingue](#) »), des médias, des sondages ([300 sondages commandés par l'exécutif en France entre 2017 et 2020 selon une enquête du Monde](#)). Pour lui, nous sommes passés d'une **démocratie des notables** au 18^e à une **démocratie des partis** au 20^e à une **démocratie d'opinion** depuis les années 1980.

On peut dès lors considérer qu'il y a un risque de dérive populiste puisque les candidats ont peut-être intérêt à proposer des programmes en réponse à l'opinion publique pour se faire élire en recueillant l'adhésion du plus grand nombre.

Les vidéos et liens du chapitre :

- Immersion chez Ipsos : https://www.francetvinfo.fr/elections/sondages/video-la-fabrication-des-sondages-politiques-immersion-chez-ipsos_552455.html
- Les secrets des sondages (Envoyé spécial) : https://www.francetvinfo.fr/societe/video-envoye-special-secrets-de-sondages_2139025.html
- Commission nationale des sondages : <https://www.commission-des-sondages.fr/>
- Sondage Ifop sur l'intervention d'Israël à Gaza : <https://www.ifop.com/publication/le-regard-des-francais-sur-le-conflit-israelo-palestinien-et-ses-consequences-sur-la-france/>
- Sondages sur les européennes 2024 : <https://www.touteurope.eu/institutions/elections-europeennes-2024-qui-indiquent-les-sondages-pour-la-france/>
- 10 Questions sur les sondages à Brice Teinturier (Directeur d'Ipsos) : [10 questions que l'on se pose tous sur les sondages - YouTube](#)
- Un exemple de communication politique (« Un pognon de dingue » E.Macron) : https://www.francetvinfo.fr/economie/emploi/carriere/entreprendre/aides/emmanuel-macron-une-operation-de-communication-savamment-orchestree_2799941.html
- 300 sondages commandés par l'Élysée entre 2017 et 2020: https://www.huffingtonpost.fr/politique/article/les-sondages-commandes-sous-macron-montrent-les-priorites-de-son-quinquennat_194447.html