

Naissance et métamorphoses de l'opinion publique

Quand on évoque aujourd'hui la notion d'opinion publique, on pense aux sondages. Pour de multiples raisons pourtant, elle ne saurait se réduire à « *ce que mesurent les sondages* », pour reprendre la définition provocante attribuée à George Gallup (1901-1984), pionnier de la technique sondagière. On peut distinguer quatre étapes historiques des visions de l'opinion publique.

L'expression apparaît au milieu du XVIII^e 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.

A la fin du XVIII^e 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. Jacques Necker sera le premier homme politique à intégrer, à la veille de la Révolution française, cette dimension dans l'action politique (1). A la racine de cette émergence, la constitution d'un espace de discussion : 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 (2).

L'idée d'opinion publique est donc consubstantielle à la consécration de la démocratie et de la raison. La troisième strate procède d'un autre aspect du même processus historique : l'irruption des nations et des peuples. Conviés à participer à leur destin, ces derniers vont s'exprimer sous des formes actives et moins pacifi-ques : manifestations de rue, émeutes, pétitions, courrier des lecteurs... Des partis politiques, des syndicats sont créés. Nous sommes au XIX^e siècle, et nous voici au troisième âge de l'opinion publique : celui de l'expression populaire et du mouvement social.

Inquiets des impulsions des masses, soucieux de les prévoir et de les canaliser, les gouvernants vont essayer de mieux connaître leur opinion. Ainsi, pendant la Guerre de 1914-1918, les autorités enquêtent sur le moral des troupes (par exemple, en lisant les lettres des soldats) et cherchent le soutien de la population par la propagande (3). 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 XX^e siècle est en effet celui de l'opinion sondagière. La technique des sondages, mise au point et utilisée par des statisticiens et des psychosociologues américains dans les années 30 (G. Gallup, Paul Lazarsfeld notamment), va se développer de façon spectaculaire. Cet essor naît de la convergence de facteurs divers : médiatisation, projet scientifique et demande industrielle d'une mesure des attitudes, sollicitations des politiques (4)... Les sondages font irruption à l'occasion d'un coup d'éclat : la prévision, par l'American Institute of Public Opinion de G. Gallup, de la victoire de Roosevelt aux élections américaines de 1936, contre tous les pronostics. Un scénario analogue marquera les débuts de la « sondomanie » en France, avec la mise en ballottage du général de Gaulle lors de l'élection présidentielle de 1965, annoncée par l'Ifop, premier institut de sondage français, créé en 1938 par le sociologue Jean Stoetzel (1910-1987).

Ce détour historique montre la diversité des manifestations de l'opinion publique : elle apparaît comme un phénomène de nature collective et dynamique. Philippe Braud propose une définition qui rend compte de cette double caractéristique : elle est une « *représentation socialement construite (par la presse, les sondages, les notables) de ce qu'est censé penser l'ensemble de la population* (5) ».

Les sondages en question

Les sondages suscitent de vifs débats. La controverse a deux versants. Le premier concerne leur validité comme outil de mesure de l'opinion publique. Selon certains, ils ne sont qu'un artefact. Ainsi, dans un article resté célèbre, Pierre Bourdieu déclare que « *l'opinion publique n'existe pas* (6) ». Cette critique repose sur plusieurs arguments :

- Les sondages interrogent les gens sur des questions qu'ils ne se posent pas. On leur impose donc une problématique.
- La situation d'enquête est une injonction à formuler un avis. Par exemple, si on vous interroge sur l'extension des compétences de la CSCE, il se peut que vous n'avez aucun avis, ou que vous ignoriez ce qu'est la CSCE. Dans tous les cas, il sera plus légitime et plus pratique de donner une réponse, que d'avouer votre ignorance ou votre indifférence.
- Les réponses données seront d'autant plus artificielles qu'elles sont formulées sans enjeu réel pour les enquêtés. Ainsi s'expliquent les écarts entre les sondages préélectoraux et les résultats effectifs.
- Alors que l'opinion est l'expression collective de groupes, de rapports sociaux, de jeux d'acteurs, etc., les sondages en font une simple addition de réponses individuelles.
- L'agrégation statistique des jugements individuels revient à postuler que toutes les opinions se valent. C'est faire fi du fait que certaines personnes ou certains groupes ont plus de motivation et d'influence que d'autres.

Ainsi, selon cette approche, les sondages créent de toutes pièces une opinion factice et trompeuse : la « vraie » opinion est celle qui s'exprime collectivement dans un champ de forces sociales (7).

[...] A l'opposé de la thèse de la manipulation, les sondages sont tenus pour un levier du fonctionnement démocratique. Ils alimentent le débat public, en apportant des arguments et des éléments de connaissance. Ils permettent à chacun de se situer par rapport à la société, à sortir du huis clos des jugements de son entourage et de son milieu social. En donnant une voix puissante et omniprésente à l'avis des citoyens, ils constituent un contre-pouvoir, qui participe du contrôle des dirigeants. [...]

La construction de l'opinion publique, PHILIPPE CABIN,

http://www.scienceshumaines.com/index.php?lg=fr&id_dossier_web=20&id_article=10947

Quelques théories de l'opinion publique

Paul Lazarsfeld (1901-1976)

Le fondateur du paradigme des effets limités des médias, en analysant les campagnes électorales, a montré que l'opinion des citoyens est peu affectée par ces dernières. L'influence des médias s'opère selon un processus à deux niveaux. Les groupes de référence (famille, collectivité de travail...) et les leaders d'opinion (personnes qui, par leur comportement ou leur position, ont une emprise sur leur entourage) filtrent l'information et pèsent sur l'opinion des individus.

La fonction d'agenda

La fonction d'agenda, présentée par Maxwell McCombs et Donald Shaw en 1972 (« The agenda-setting function of mass-media », *Public Opinion Quarterly*, n° 36), insiste sur la capacité des médias à focaliser l'attention du public sur tel événement, en choisissant et en hiérarchisant les sujets qui « *feront l'actualité* ». En déterminant l'agenda politique, la presse ne dit pas aux gens ce qu'il faut penser, mais ce à quoi il faut penser.

La spirale du silence

Elisabeth Noëlle-Neumann (*The Spiral of Silence*, 1974) soulève le problème de l'influence coercitive, par intimidation, des médias sur l'opinion. Les *mass-media* ne reflètent pas la totalité des opinions présentes dans le public, mais seulement les opinions majoritaires et légitimes. Face à ce phénomène, ceux qui sont minoritaires, se sentant illégitimes, préfèrent se taire. Ils renforcent ainsi l'opinion majoritaire. Ce silence aggrave l'impression factice d'un consensus et tend *in fine* à la suppression de toute opinion minoritaire.

✍ Travail à faire :

- Q°1 : Relevez la définition de l'opinion publique de Philippe Braud.
- Q°2 : Faites un frise historique de la notion d'opinion publique.
- Q°3 : Que sont les sondages par rapport à l'opinion publique ?
- Q°4 : Expliquez le rôle positif des sondages dans une démocratie ?
- Q°5 : Résumez avec des mots simples la théorie de Pierre Bourdieu sur l'opinion publique.
- Q°6 : Résumez en une phrase simple et personnelle le contenu de chaque théorie de l'opinion publique. Illustrez chaque théorie d'un exemple tiré de la vie médiatique française.

✍ Travail à faire :

- Q°1 : Relevez la définition de l'opinion publique de Philippe Braud.
- Q°2 : Faites un frise historique de la notion d'opinion publique.
- Q°3 : Que sont les sondages par rapport à l'opinion publique ?
- Q°4 : Expliquez le rôle positif des sondages dans une démocratie ?
- Q°5 : Résumez avec des mots simples la théorie de Pierre Bourdieu sur l'opinion publique.
- Q°6 : Résumez en une phrase simple et personnelle le contenu de chaque théorie de l'opinion publique. Illustrez chaque théorie d'un exemple tiré de la vie médiatique française.

✍ Travail à faire :

- Q°1 : Relevez la définition de l'opinion publique de Philippe Braud.
- Q°2 : Faites un frise historique de la notion d'opinion publique.
- Q°3 : Que sont les sondages par rapport à l'opinion publique ?
- Q°4 : Expliquez le rôle positif des sondages dans une démocratie ?
- Q°5 : Résumez avec des mots simples la théorie de Pierre Bourdieu sur l'opinion publique.
- Q°6 : Résumez en une phrase simple et personnelle le contenu de chaque théorie de l'opinion publique. Illustrez chaque théorie d'un exemple tiré de la vie médiatique française.

✍ Travail à faire :

- Q°1 : Relevez la définition de l'opinion publique de Philippe Braud.
- Q°2 : Faites un frise historique de la notion d'opinion publique.
- Q°3 : Que sont les sondages par rapport à l'opinion publique ?
- Q°4 : Expliquez le rôle positif des sondages dans une démocratie ?
- Q°5 : Résumez avec des mots simples la théorie de Pierre Bourdieu sur l'opinion publique.
- Q°6 : Résumez en une phrase simple et personnelle le contenu de chaque théorie de l'opinion publique. Illustrez chaque théorie d'un exemple tiré de la vie médiatique française.

✍ Travail à faire :

- Q°1 : Relevez la définition de l'opinion publique de Philippe Braud.
- Q°2 : Faites un frise historique de la notion d'opinion publique.
- Q°3 : Que sont les sondages par rapport à l'opinion publique ?
- Q°4 : Expliquez le rôle positif des sondages dans une démocratie ?
- Q°5 : Résumez avec des mots simples la théorie de Pierre Bourdieu sur l'opinion publique.
- Q°6 : Résumez en une phrase simple et personnelle le contenu de chaque théorie de l'opinion publique. Illustrez chaque théorie d'un exemple tiré de la vie médiatique française.

Naissance et métamorphoses de l'opinion publique

Quand on évoque aujourd'hui la notion d'opinion publique, on pense aux sondages. Pour de multiples raisons pourtant, elle ne saurait se réduire à « *ce que mesurent les sondages* », pour reprendre la définition provocante attribuée à George Gallup (1901-1984), pionnier de la technique sondagère. On peut distinguer quatre étapes historiques des visions de l'opinion publique.

L'expression apparaît au milieu du XVIII^e 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.

A la fin du XVIII^e 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. Jacques Necker sera le premier homme politique à intégrer, à la veille de la Révolution française, cette dimension dans l'action politique (1). A la racine de cette émergence, la constitution d'un espace de discussion : 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 (2).

L'idée d'opinion publique est donc consubstantielle à la consécration de la démocratie et de la raison. La troisième strate procède d'un autre aspect du même processus historique : l'irruption des nations et des peuples. Conviés à participer à leur destin, ces derniers vont s'exprimer sous des formes actives et moins pacifi-ques : manifestations de rue, émeutes, pétitions, courrier des lecteurs... Des partis politiques, des syndicats sont créés. Nous sommes au XIX^e siècle, et nous voici au troisième âge de l'opinion publique : celui de l'expression populaire et du mouvement social.

Inquiets des impulsions des masses, soucieux de les prévoir et de les canaliser, les gouvernants vont essayer de mieux connaître leur opinion. Ainsi, pendant la Guerre de 1914-1918, les autorités enquêtent sur le moral des troupes (par exemple, en lisant les lettres des soldats) et cherchent le soutien de la population par la propagande (3). 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 XX^e siècle est en effet celui de l'opinion sondagère. La technique des sondages, mise au point et utilisée par des statisticiens et des psychosociologues américains dans les années 30 (G. Gallup, Paul Lazarsfeld notamment), va se développer de façon spectaculaire. Cet essor naît de la convergence de facteurs divers : médiatisation, projet scientifique et demande industrielle d'une mesure des attitudes, sollicitations des politiques (4)... Les sondages font irruption à l'occasion d'un coup d'éclat : la prévision, par l'American Institute of Public Opinion de G. Gallup, de la victoire de Roosevelt aux élections américaines de 1936, contre tous les pronostics. Un scénario analogue marquera les débuts de la « sondomanie » en France, avec la mise en ballottage du général de Gaulle lors de l'élection présidentielle de 1965, annoncée par l'Ifop, premier institut de sondage français, créé en 1938 par le sociologue Jean Stoetzel (1910-1987).

Ce détour historique montre la diversité des manifestations de l'opinion publique : elle apparaît comme un phénomène de nature collective et dynamique. Philippe Braud propose une définition qui rend compte de cette double caractéristique : elle est une « représentation socialement construite (par la presse, les sondages, les notables) de ce qu'est censé penser l'ensemble de la population (5) ».

Les sondages en question

Les sondages suscitent de vifs débats. La controverse a deux versants. Le premier concerne leur validité comme outil de mesure de l'opinion publique. Selon certains, ils ne sont qu'un artefact. Ainsi, dans un article resté célèbre, Pierre Bourdieu déclare que « l'opinion publique n'existe pas (6) ». Cette critique repose sur plusieurs arguments :

- Les sondages interrogent les gens sur des questions qu'ils ne se posent pas. On leur impose donc une problématique.
- La situation d'enquête est une injonction à formuler un avis. Par exemple, si on vous interroge sur l'extension des compétences de la CSCE, il se peut que vous n'avez aucun avis, ou que vous ignoriez ce qu'est la CSCE. Dans tous les cas, il sera plus légitime et plus pratique de donner une réponse, que d'avouer votre ignorance ou votre indifférence.
- Les réponses données seront d'autant plus artificielles qu'elles sont formulées sans enjeu réel pour les enquêtés. Ainsi s'expliquent les écarts entre les sondages préélectoraux et les résultats effectifs.
- Alors que l'opinion est l'expression collective de groupes, de rapports sociaux, de jeux d'acteurs, etc., les sondages en font une simple addition de réponses individuelles.
- L'agrégation statistique des jugements individuels revient à postuler que toutes les opinions se valent. C'est faire fi du fait que certaines personnes ou certains groupes ont plus de motivation et d'influence que d'autres.

Ainsi, selon cette approche, les sondages créent de toutes pièces une opinion factice et trompeuse : la « vraie » opinion est celle qui s'exprime collectivement dans un champ de forces sociales (7).

[...] A l'opposé de la thèse de la manipulation, les sondages sont tenus pour un levier du fonctionnement démocratique. Ils alimentent le débat public, en apportant des arguments et des éléments de connaissance. Ils permettent à chacun de se situer par rapport à la société, à sortir du huis clos des jugements de son entourage et de son milieu social. En donnant une voix puissante et omniprésente à l'avis des citoyens, ils constituent un contre-pouvoir, qui participe du contrôle des dirigeants. [...]

La construction de l'opinion publique, PHILIPPE CABIN,

http://www.scienceshumaines.com/index.php?lg=fr&id_dossier_web=20&id_article=10947

Quelques théories de l'opinion publique

Paul Lazarsfeld (1901-1976)

Le fondateur du paradigme des effets limités des médias, en analysant les campagnes électorales, a montré que l'opinion des citoyens est peu affectée par ces dernières. L'influence des médias s'opère selon un processus à deux niveaux. Les groupes de référence (famille, collectivité de travail...) et les leaders d'opinion (personnes qui, par leur comportement ou leur position, ont une emprise sur leur entourage) filtrent l'information et pèsent sur l'opinion des individus.

La fonction d'agenda

La fonction d'agenda, présentée par Maxwell McCombs et Donald Shaw en 1972 (« The agenda-setting function of mass-media », *Public Opinion Quarterly*, n° 36), insiste sur la capacité des médias à focaliser l'attention du public sur tel événement, en choisissant et en hiérarchisant les sujets qui « feront l'actualité ». En déterminant l'agenda politique, la presse ne dit pas aux gens ce qu'il faut penser, mais ce à quoi il faut penser.

La spirale du silence

Elisabeth Noëlle-Neumann (*The Spiral of Silence*, 1974) soulève le problème de l'influence coercitive, par intimidation, des médias sur l'opinion. Les mass-media ne reflètent pas la totalité des opinions présentes dans le public, mais seulement les opinions majoritaires et légitimes. Face à ce phénomène, ceux qui sont minoritaires, se sentant illégitimes, préfèrent se taire. Ils renforcent ainsi l'opinion majoritaire. Ce silence aggrave l'impression factice d'un consensus et tend *in fine* à la suppression de toute opinion minoritaire.

