

Lundi 17 décembre 2014.

ÉTHIQUE & SOCIÉTÉ : L'OPINION PUBLIQUE

L'opinion publique

Un concept difficile à cerner

On ne peut pas donner une définition unique de l'opinion publique. Bien que la notion soit de plus en plus utilisée, elle est extrêmement complexe. La difficulté de tracer des limites entre l'individualité des jugements et leurs composantes collectives, de même que l'interactivité incessante entre les opinions qui relèvent de réflexions personnelles et celles qui empruntent à l'héritage culturel en font un objet trop mouvant et hétéroclite pour tenir dans une formule.

La définition devient plus complexe encore si l'on songe aux différents rôles qu'on lui fait tenir dans les démocraties modernes, aux nombreux miroirs médiatiques et institutionnels qui se disputent son incarnation, sa reconnaissance, voire son rejet. Miroirs qui, de fait, contribuent progressivement à la constituer comme sujet prenant conscience de lui-même à travers ses reflets et capable d'imposer de plus en plus activement ses jugements (dont la force tient de leur « représentativité »).

Le paradoxe vertueux de cette évolution est atteint quand l'opinion publique développe des mouvements d'autocritique, notamment après des rumeurs dévastatrices suscitant de vastes reflux. Elle se constitue de la sorte en un véritable sujet réfléchissant sur ses assouplissements nécessaires, sur ses potentialités d'ouverture et de vérification, tout en aspirant à des responsabilités inédites d'ordre politique et même intellectuel (inflexions vers une « démocratisation de l'expertise » et une représentativité citoyenne élargie, développement des mouvements consuméristes et associatifs).

Le terme « public » est également vaste, mouvant et complexe. Il s'emploie comme adjectif par opposition au terme « privé ». Il s'utilise également comme substantif : le public. Dans ce cas, il tend à se confondre avec la foule. Il peut aussi désigner un ensemble d'individus qui partagent une série de points et d'intérêts communs.

On ne peut aujourd'hui que constater l'omniprésence du terme d'opinion publique, aussi bien dans les médias que dans les discours de nos dirigeants politiques. En effet, on semble être inondé de chiffres et de commentaires à propos de ce « que pensent les Français » sur tel ou tel sujet public ; de l'éternelle cote de popularité de nos représentants au bien fondé de la guerre en Irak ou au Mali, « les Français » sont sans cesse questionnés. Or, on se rend compte qu'aucun effort de définition n'est fait sur cette notion d'opinion publique, pour le moins assez flou.

Un peu de sémantique, donc ...

Etymologie : du latin *opinio*, opinion, avis, idée préconçue, préjugé, conjecture, croyance, illusion.

Une **opinion** est un **avis, un jugement personnel** que l'on s'est forgé sur une question ou un sujet en discussion qui **ne relève pas de la connaissance rationnelle**. L'opinion, même si elle est affirmée avec conviction, est un jugement qui n'est pas nécessairement juste.

Surtout au pluriel, l'opinion est aussi une **manière de penser, un ensemble d'idées, une doctrine**. Exemple : les opinions politiques.

L'opinion personnelle est émise par un individu et lui est propre.

L'opinion publique ou, de manière elliptique, "**l'opinion**" est une représentation de la manière de penser d'une société dans son ensemble, collectivement. Exemple : braver l'opinion.

Par extension, l'opinion désigne parfois le public lui-même. Exemple : une affaire de mœurs qui a frappé l'opinion.

D'un point de vue philosophique, l'opinion est critiquée parce elle n'est pas fondée sur le raisonnement et qu'elle se donne.

L'opinion publique serait-elle, alors, l'avis d'individus donné publiquement ? Ou leurs avis sur des thèmes d'ordre public ? Un premier problème apparaît, **celui de la définition délicate de l'expression**.

Si elle semble en permanence employée, elle ne représente pourtant pas quelque chose de précis.

Un peu d'histoire

Pour comprendre ce qui se cache derrière cette notion abstraite, il faut nécessairement connaître les sens qu'elle a pu revêtir au cours de l'histoire.

Passons sur l'Antiquité et les philosophes grecs, Rabelais et Panurge, au XVII^{ème} siècle, la notion existait déjà et désignait l'ensemble des idées partagées par un groupe social, une appréciation raisonnable sur les actions du gouvernement. Il s'agissait en somme d'un « tribunal critique » des *rois et des législateurs, un contrepoids à l'absolutisme royal*.

. Mais l'opinion publique se distinguait de l'opinion commune, c'est-à-dire qu'elle émanait d'individus éclairés, informés, et cultivés. Comme le soulignait Condorcet, l'opinion publique n'englobait pas le peuple, « cette multitude aveugle et bruyante ». Il ne reste aujourd'hui de cette définition, selon Jacques Lagroye, [Universitaire français (1936-2009) spécialiste de sociologie politique. Il fut conseiller secret d'Alain Savary, on lui doit un ouvrage sur J Ch Delmas]

que « la croyance en un corps de croyances, d'aspirations et d'appréciation sur la politique appartenant à la population qui peut exprimer ses attentes communes sur le gouvernement ».

Il est intéressant de **constater le changement sémantique**. *Au XVIII^{ème} siècle, l'opinion publique ne pouvait être formulée que par une élite savante, alors qu'aujourd'hui elle est émise par le peuple.*

Néanmoins, l'opinion n'en apparaît pas pour autant comme réelle, et reste abstraite, impalpable. Dire qu'il existe une opinion publique représentant fidèlement l'avis d'une population, c'est présumer qu'il y aurait eu un consensus entre les individus ; or ces derniers ne se sont pas concertés et élever l'opinion d'une majorité (et non pas de tous) au rang de volonté générale semble dangereux.

On s'étonne alors de voir la place grandissante qu'elle prend dans le discours politique ou journalistique à partir des années soixante en France, avec le succès des *sondages et enquêtes d'opinion*. Elle est à la fois revendiquée par les hommes politiques, identifiée comme vérité absolue par les médias et ne cesse d'être mesuré par les instituts de sondages.

Trois points, d'abord, pour traiter l'aspect « définition » puis nous verrons ce qu'en pense Pierre Bourdieu, sociologue, spécialiste de ce concept

- **Comment, d'une abstraction, l'opinion publique a-t-elle pu accéder au statut de réalité servant de base au discours politique et médiatique ?**

- **Si l'opinion publique prend une consistance grâce aux sondages qui la font exister à titre de réalité concrète, il semble préjudiciable de s'en prévaloir car cette « réalité » demeure mouvante, voire déformée car le concept n'a pas le même sens selon qui l'utilise.**

- **Et enfin, d'abord, comment les sondages ont permis à l'opinion publique d'exister en tant que réalité, et d'autre part, que son utilisation dans le discours public modifie en permanence sa définition.**

- **Ce qu'en pense Pierre Bourdieu : les limites et les critiques.**

I. L'opinion publique : un concept abstrait devenu réalité grâce aux sondages

Le changement sémantique intervenu au XX^{ème} siècle fait de l'opinion publique une notion délicate à définir puisque abstraite et émanant d'une « masse » difficilement identifiable. L'arrivée des sondages dès les années trente aux Etats-Unis, et dans les années soixante en France, a permis à l'opinion publique d'accéder au statut de réalité mesurable scientifiquement. Désormais, il est communément admis que le résultat des sondages reflète exactement l'opinion publique et la croyance en représentation sert de base au discours politique.

A) L'assimilation entre l'instrument et le concept

Le sondage d'opinion est l'instrument qui permet de « mesurer » l'opinion publique. Cette méthode qui s'est perfectionnée au cours du XX^{ème} siècle, remporte un succès considérable et a transformé la manière de concevoir l'opinion publique.

1° Le succès de la méthode sondagière

Un sondage d'opinion est une méthode qui consiste à *interroger un échantillon statistiquement réduit* d'une population donnée. Les résultats du sondage deviennent alors la *mesure de ce que pense la population sur la question posée*. Cette méthode permet un résultat rapide et immédiat. On a coutume de dire qu'il s'agit d'une photographie de l'état de pensée d'une société à un moment précis. {L'instant T disait J Chirac} Son caractère scientifique lui permet de jouir d'une présomption d'exactitude et de fiabilité. Face à des représentations préexistantes de l'opinion publique comme les grands éditorialistes qui la font intervenir sans médiation dans leurs écrits ou les élus qui s'autorisent à parler en son nom, le résultat du sondage apparaît comme plus juste et plus proche la réalité. La multiplication des instituts de sondages atteste du succès. En France, il en existe plusieurs comme l'IFOP ou la SOFRES. *La naissance d'une industrie du sondage voit donc le jour, créant un marché de l'opinion*. Depuis, les journaux comme les organisations politiques commandent des sondages afin de « prendre connaissance de l'opinion ».

Au vu de la définition de l'opinion par les sondages (fondée sur la science et sur le nombre), ces derniers peuvent s'analyser comme un dispositif d'objectivation réussi de l'opinion et leurs résultats comme la nouvelle *réalité de l'opinion publique*. Ils ont aussi transformé la manière de concevoir l'opinion publique.

2° La transformation dans la manière de concevoir l'opinion publique

Les sondages d'opinion imposent une nouvelle logique, celle du nombre et de la représentation proportionnelle, ils proposent une image ressemblante du peuple. En un peu plus d'une dizaine d'années, après la naissance des sondages (1935 pour les Etats-Unis), ils auraient réussi à « transformer la notion d'opinion publique de concept ambigu en construit mesurable ». Ils donnent à la notion sa signification moderne, elle est devenue ce que mesurent les sondages. Dès lors l'opinion prend corps à partir de la publication des résultats des sondages, car elle devient d'une part chiffrée, donc précisée et « elle prend conscience d'elle-même ». Les sondeurs

concourent en fait à développer la croyance selon laquelle l'opinion existe et ils la personnifient : l'opinion « pense », « s'intéresse », « réagit », ou elle est « inquiète », « confiante »... Elle devient alors un « acteur » existant et permanent qui va jouer un rôle dans le jeu politique.

En effet, si les sciences sociales ont très tôt dénoncé les sondages d'opinion, la science politique a, au contraire, vite appris à intégrer ce nouvel acteur dans le jeu politique.

B) La croyance en la représentation de l'opinion publique sert de base au discours politique

On constate dès les années cinquante en France un rapprochement entre sondages et politique. Les hommes politiques, les organisations politiques autant que les media vont s'emparer de cette croyance en la représentation de l'état de l'opinion par les sondages pour s'en prévaloir dans leurs discours et commentaires. Les sondages vont orienter leurs interrogations vers des questions politiques et les hommes politiques vont utiliser l'opinion publique comme légitimation de leurs discours.

1° L'importance grandissante de l'opinion publique dans le monde politique

Dès 1959 en France, la nouvelle mesure s'impose aux différents acteurs politiques sous la forme des publications de la cote de popularité de président de la République Charles De Gaulle. Comme le souligne **Loïc Blondiaux** [*La Fabrique de l'opinion. Une histoire sociale des sondages. Le Seuil 1998.*], on peut faire un parallèle entre la mise en place de la Vème République, qui se caractérise comme un bouleversement des pratiques et des savoirs politiques, et l'avènement des sondages dans la vie politique. En effet, le général De Gaulle met en place une nouvelle pratique du pouvoir basée sur une relation privilégiée avec le peuple par la voie des référendums, des conférences de presse ou des déplacements dans le pays. L'importance que prend alors l'expression de l'opinion publique par les sondages s'inscrit dans ce contexte nouveau du jeu politique « gaullien ». *On comprend donc l'intérêt du personnel politique pour ces mesures de popularité, leurs permettant de créer un lien avec les gouvernés.*

Les élus ne sont pas les seuls à s'inquiéter de leur image auprès des français, les partis politiques (comme l'UNR) y trouvent également un intérêt. Les sondages d'opinion leur permettent de *prendre contact avec le peuple et de se mettre à son écoute.*

La campagne présidentielle de 1965 marque un tournant dans l'histoire politique française. Outre l'apparition de la télévision, on voit apparaître l'ère des sondages préélectoraux. La référence aux attentes et aux évolutions de l'opinion occupe une place prépondérante, journaux et hommes politiques commandent régulièrement des enquêtes et la presse y réserve une place importante dans ces colonnes. De plus, les instituts de sondages vont gagner en crédibilité. L'IFOP avait en effet prévu la mise en ballottage du général De Gaulle par François Mitterrand.

Dès lors, les acteurs politiques n'auront de cesse que de se prévaloir de l'opinion publique, et de l'utiliser. Elle devient un élément central dans le jeu politique.

2° L'opinion publique comme élément central du jeu politique

Pour les instituts de sondages, qui ont intérêt à faire exister l'opinion, le sondage peut contribuer en partie à l'explication des phénomènes politiques. Pour Stoetzel, fondateur de l'IFOP :

- dans un premier temps, *un sondage permet l'étude du comportement politique d'un groupe social particulier,*
- *il peut aussi offrir une cartographie claire* des comportements politiques individuels,
- enfin, il peut faire *fonction de rappel à l'ordre des gouvernants* et mesurer l'écart qui existe entre ce qu'attend le peuple et les actions des dirigeants.

Par exemple, en 1937 aux Etats-Unis, un sondage montra que le Président Roosevelt nouvellement élu, avait eu tort de croire que l'opinion publique approuvait son projet de reformer la Cour Suprême et l'avait élu pour ça. À travers cet exemple, le sondage d'opinion se révèle être un complément de l'élection.

Ainsi, le personnel politique prend peu à peu conscience de l'importance de l'opinion publique et n'hésite plus à **l'utiliser comme soutien à leurs discours et actions politiques.** Sonder l'opinion leur permet alors de se conformer à ce qu'ils voient comme la volonté de peuple. Elle demeure l'interlocuteur privilégié des dirigeants. Elle les approuve, les juge, les sanctionne, ils s'y réfèrent, et sont contraints d'en tenir compte et de s'y ajuster. Aussi, les enquêtes d'opinion deviennent peu à peu une nouvelle forme de démocratie directe.

L'opinion accède à une réalité concrète mesurable grâce aux sondages. Elle existe donc à la fois à travers eux, mais également à travers l'utilisation qui en est faite par les acteurs de la vie politique (gouvernants, journalistes politiques, chargés de communication politique...).

Le problème de la définition de l'opinion politique ne semble pas être réglé pour autant, et ce pour **deux raisons.**

1. D'abord parce que l'opinion publique n'est pas la même une fois qu'elle est utilisée dans un discours politique, ou par un journaliste, que celle mesurée par un sondage. L'incorporation de l'opinion dans le jeu politique et son interprétation la transforme et la redéfinit.
2. D'autre part, à partir des années soixante, des critiques se sont élevées dénonçant l'illusion de ces sondages d'opinion prétendant mesurer l'opinion publique qui ne serait en fait qu'un artefact.

II. L'opinion publique : une illusion dangereuse de la représentation de « ce que pense une population »

Si l'opinion publique devient une réalité concrète grâce aux sondages qui prétendent la mesurer, ce n'est pas pour autant que la représentation soit « réelle ». De nombreux sociologues dont **Pierre Bourdieu** ou **Patrick Champagne** ont dénoncé l'illusion de la réalité de l'opinion publique telle que mesurée par les sondages.

D'une part, Si l'opinion publique devient une réalité concrète grâce aux sondages qui prétendent la mesurer, ce n'est pas pour autant que la représentation soit « réelle.

D'autre part, l'instrumentalisation qui en est faite par les acteurs politiques change encore sa définition, de plus, l'utilisation d'un artefact dans l'action politique peut se révéler dangereuse.

Pierre Bourdieu

Qui est Pierre Bourdieu ?

Né à Denguin , dans le Béarn le 01/08/1930
Mort à Paris , le 23/01/2002

Biographie :

Pierre Bourdieu est le fils d'un facteur qui deviendra directeur de bureau de poste. Excellent élève, il est reçu à l'École normale supérieure de la **rue d'Ulm** où *il obtient l'agrégation de philosophie.*

De 1958 à 1960, il échappe au service militaire en Algérie et enseigne la philosophie à la Faculté des Lettres d'Alger. C'est là qu'il décide de faire une **carrière de sociologie** et réalise différents travaux **d'ethnologie.**

En 1964, Pierre Bourdieu devient directeur d'études à l'École des hautes études en sciences sociales. Il se fait connaître en fondant la revue "Actes de la recherche en sciences sociales" et est nommé **professeur au Collège de France en 1981.**

L'œuvre sociologique de Pierre Bourdieu est dominée par une analyse des mécanismes de reproduction des hiérarchies sociales. Il met en évidence l'importance des facteurs culturels (persistance des comportements acquis au sein du milieu d'origine) et symboliques dans les actes de la vie sociale.

Ses travaux de recherche s'accompagnent d'une action militante (pour l'indépendance de l'Algérie, pour le mouvement social, soutien aux sans-papiers, opposition au néolibéralisme...) et d'un engagement politique à gauche. Dans "La Misère du Monde" (1973), il s'intéresse aux populations les plus pauvres en montrant les causes sociales de la souffrance et en dénonçant notamment le désengagement de l'État commencé dans les années 70.

Reconnu internationalement comme l'un des maîtres de la sociologie contemporaine, Pierre Bourdieu a été l'un des rares intellectuels humanistes engagés de la fin du XXe siècle.

Sa théorie :

L'opinion publique est une construction sociale et politique

Pourquoi l'opinion publique n'existe pas ?

Le premier constat possible concernant l'opinion est que **son existence est présupposée**

En effet, P Bourdieu dans sa conférence en 1972 intitulée « *L'opinion publique n'existe pas* » (publiée en 1984) met en évidence que le plus souvent les sondages et enquêtes d'opinion interrogent des individus qui n'ont pas forcément une opinion sur les questions et thèmes abordés. Par conséquent, les sondages et enquêtes d'opinion ont une **qualité performative** car, au-delà de la capacité des questions et réponses proposées à influencer les réponses, et les effets des **interactions entre l'enquêteur et la personne interrogée**, cela signifie qu'ils conduisent les individus à se poser des questions qu'ils ne se seraient pas posées en temps ordinaire. Les données et résultats obtenus deviennent alors vérité aux yeux des décideurs publics et sont utilisés comme **argument d'autorité**. Si la population pense en majorité telle ou telle chose, il faut alors respecter cette majorité en prenant une décision qui va dans le sens de cette opinion, au risque majeur de gouverner par la **démagogie**. Les sondages construisent une **illusion démocratique** et parce qu'ils sont présentés sous une **pseudo apparence scientifique** (données statistiques, graphiques, calculs, etc.), ils en tirent **légitimité**.

De plus, les sondages d'opinion **agrègent des opinions individuelles en supposant que cela détermine une opinion collective**. Hors, la **conscience collective** pour reprendre l'analyse ancienne de **Durkheim** ne résulte pas de l'addition des consciences individuelles.

Les autres critiques formulées contre cette mesure de l'opinion portent ainsi sur l'idée que toutes les opinions ne se valent pas, et que l'agrégation des opinions conduit à construire un « **artefact dépourvu de sens** », selon les termes mêmes de **Pierre Bourdieu**. Le corps social dispose de ses propres mécanismes et exerce une **prégnance** sur les comportements individuels. Par conséquent, les sondages favorisent et construisent une **opinion collective fictive**, qui en revanche exerce une influence bien réelle sur les comportements individuels marqués par le **mimétisme**, et le **conformisme**.

Un individu, à qui on explique que la majorité de ses concitoyens pense de telle ou telle façon, sera forcément influencé par le soi-disant état de cette opinion.

Pour reprendre l'exemple des premiers sondages réalisés en France, l'IFOP a posé en 1939 la question aux français de savoir si une nouvelle guerre pouvait avoir lieu. 45% d'entre eux ne croyaient pas qu'elle pouvait avoir lieu. Comment interpréter ce résultat ? Est-ce un **pronostic sur le futur**, ou l'expression d'un **souhait** de la part de la population ? Bien évidemment les **capacités prédictives** de ce type de sondage semblent particulièrement **réduites**.

Comment construire l'opinion publique ?

La **construction de l'opinion publique** par les sondages et les enquêtes d'opinion renvoie aux **caractéristiques performatives** de ces pratiques. Dans son ouvrage *Faire l'opinion, le nouveau jeu politique* (1980), le sociologue **Patrick Champagne**, dénonce l'**illusion démocratique** des sondages d'opinion qui ferait croire au progrès de la démocratie. Il met en évidence les processus par lesquels il est possible de construire l'opinion publique et donc de la **manipuler**. Sous couvert d'une légitimité scientifique, les sondages d'opinion prétendent être capables d'en saisir toutes les dimensions.

Mais l'idée que les sondages et enquêtes d'opinion puissent être efficaces pour mesurer l'opinion est une **croyance sans fondement scientifique**. Le développement des sondages est lié à celui de la **communication politique** et des **acteurs** qui se chargent de **conseiller** les candidats. Faire de la politique consiste davantage à construire une communication efficace, afin de faire en sorte de se situer le plus haut possible en termes de **popularité**, que de participer seulement à la vie politique dans les institutions. Les analyses de sondages et d'enquêtes par les sondeurs eux-mêmes deviennent des **instruments politiques**.

Patrick Champagne est un sociologue français, né en 1945, proche de Pierre Bourdieu. Il a été enseignant depuis 1973 à l'Université Paris I et à l'Institut d'études politiques de Toulouse. Il a fondé l'association de critique des media « Acrimed ». On lui doit nombre d'ouvrages et des articles dans le Monde diplomatique dont « Pour en finir avec les faux débats sur les sondages ».(juillet 1995).