



# Critique des sondages. Des controverses scientifiques aux implications politiques

Nicolas Kaciaf

► **To cite this version:**

Nicolas Kaciaf. Critique des sondages. Des controverses scientifiques aux implications politiques. Romain Rambaud; Dominique Andolfatto. L'Opinion publique. De la science politique au droit, Institut Universitaire Varenne, 2016, Collection Colloques & Essais, 978-2-37032-078-0. hal-01370740

**HAL Id: hal-01370740**

**<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01370740>**

Submitted on 23 Sep 2016

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# **Critique des sondages.**

## **Des controverses scientifiques aux implications politiques**

Nicolas Kaciaf

Sciences Po Lille / CERAPS

Rendre compte des controverses suscitées par les sondages et leur incorporation dans la vie démocratique constitue une gageure, tant l'instrument a généré de polémiques depuis son invention au milieu des années 1930<sup>1</sup>. L'exercice est d'autant plus délicat qu'une élémentaire prudence empêche de discuter des sondages « en général » : ce terme regroupe des dispositifs d'enquête très hétérogènes, en termes de rigueur méthodologique, de publicité des résultats ou encore d'artificialité du questionnement soumis aux sondés. Pour ne prendre qu'un exemple, trop méconnu, les sondages d'intention de vote réalisés à quelques jours d'un scrutin et les sondages d'opinion à proprement parler ne soulèvent pas les mêmes enjeux dès lors que les premiers cherchent à anticiper des pratiques « réelles » (le choix à venir d'un bulletin de vote), tandis que les seconds s'efforcent de faire émerger des valeurs, des jugements ou des représentations dont rien ne garantit que les interviewés les avaient préalablement clarifiés ou exprimés dans leur vie quotidienne. Ce sont d'ailleurs principalement ces derniers, les sondages d'opinion, qui ont engendré les plus vigoureuses critiques et sur lesquels l'argumentation se focalisera ici. Ceux-ci peuvent être définis comme des enquêtes quantitatives qui reposent sur un questionnaire standardisé, principalement composé de questions fermées relatives à des enjeux d'intérêt général, soumis à un échantillon dit représentatif d'une population donnée, et administré selon des logiques industrielles de rationalisation des coûts, dans le cadre d'une relation marchande entre un institut privé et ses commanditaires<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Sur l'histoire des sondages et de leurs critiques, voir Loïc BLONDIAUX, *La Fabrique de l'opinion. Une histoire sociale des sondages*, Le Seuil, 1998.

<sup>2</sup> Notre positionnement vis-à-vis des sondages est double. D'un côté, nous nous exprimons en tant qu'enseignant-chercheur en science politique qui appréhende cet objet du point de vue de la sociologie « constructiviste » de l'opinion publique. De l'autre, nous intervenons également en tant qu'ex-praticien ayant travaillé, entre 2005 et

La difficulté d'une telle recension des débats relatifs aux sondages et à leur rôle dans les systèmes démocratiques est redoublée par le piège du vocabulaire. En effet, contempteurs et partisans de cet instrument justifient conjointement leur argumentation au nom de la « vraie science » et/ou au nom d'une « authentique démocratie », accusant leurs adversaires respectifs de n'être au fond que des idéologues ou des imposteurs dont l'ambition serait en réalité de revendiquer le droit de parler au nom du peuple. Face à ces ambiguïtés sémantiques, il importe donc, d'une part, de souligner à quel point les enjeux scientifiques de ces controverses ne peuvent être dissociés de leurs implications politiques, et, d'autre part, d'identifier ce que sont les conceptions de la science et de la démocratie qui sous-tendent les prises de position.

Il faut par conséquent démêler les fils de ces polémiques en distinguant des échelles d'analyse trop souvent confondues dans les argumentaires, qu'ils soient critiques ou défensifs. Notre propos sera ainsi structuré autour de quatre accusations adressées aux sondages et que nous formulons ici sous une forme interrogative. La première question est de nature ontologique : l'opinion publique existe-t-elle ? Plus précisément, les sondages mesurent-ils une réalité préexistante ou bien ne tendent-ils pas à construire un artefact statistique qui donne corps à cette abstraction, fondamentale dans les régimes démocratiques mais insaisissable, qu'est l'opinion publique ? Cette interrogation est étroitement liée à une deuxième, au caractère plus épistémologique : si les sondages contribuent à représenter l'opinion publique, quelles sont les spécificités de cette « opinion publique sondagière » au regard des conceptualisations alternatives qui ont pu émerger dans les recherches en sciences sociales ? S'agit-il véritablement d'une opinion *publique* ? Mieux : a-t-on vraiment affaire à des opinions ? La troisième dimension des débats est, quant à elle, davantage d'ordre méthodologique : les logiques industrielles et marchandes qui président à la fabrique des sondages d'opinion n'ont-elles pas conduit à banaliser des techniques d'enquête contestables et à engendrer des études trop peu rigoureuses pour se voir accorder une quelconque valeur scientifique ? La trame du quatrième questionnement présente enfin une assise plus explicitement politique : quels sont les effets des sondages sur le fonctionnement des régimes représentatifs ? En particulier, n'ont-ils pas avant tout pour fonction d'asseoir l'autorité sociale et symbolique des acteurs qui les produisent, les achètent ou les commentent ?

---

2007, dans le département Etudes et sondages du Services d'information du gouvernement, autrement dit à l'interface entre les instituts, prestataires des études, et les cabinets ministériels, donneurs d'ordre. Cette expérience nous a notamment permis d'apprécier, au quotidien, la fabrique des enquêtes et leurs usages dans les états-majors gouvernementaux.

## Les sondages comme construction artificielle de l'opinion publique

Interroger en premier lieu ce que recouvre la notion d'opinion publique permet de mettre au jour le canevas intellectuel qui structure la plupart des approches critiques. Exprimées ici sommairement, ces accusations partagent l'idée que les sondages ne mesureraient pas l'opinion publique, mais la construiraient. Sous son apparente unité, une telle mise en cause rassemble deux postures relativement divergentes.

La première, que l'on peut qualifier de radicale et sur laquelle nous reviendrons dans la dernière partie, considère que les sondages s'inscriraient dans une démarche manipulatoire au service des groupes dominants dans les espaces politique et/ou économique<sup>3</sup>. Les sondeurs et leurs clients créeraient ainsi de toute pièce une mesure chiffrée de l'opinion publique par l'intermédiaire d'un procédé équivalent à la ventriloquie<sup>4</sup>. En extorquant des réponses présentées comme des « opinions » et en les agrégeant afin de produire des majorités, les sondages fabriqueraient une opinion publique « fausse » ontologiquement parlant mais exhibée comme le reflet d'une volonté populaire préexistante. Il s'agirait donc d'un simulacre qui servirait avant tout à légitimer les commanditaires et leurs causes, soit qu'ils cherchent à en monopoliser les résultats pour mieux calibrer leurs stratégies de communication<sup>5</sup>, soit qu'ils s'efforcent de les publiciser en tant qu'arguments d'autorité dans les débats qui accompagnent les décisions publiques.

La deuxième posture appréhende également les résultats des sondages comme des artefacts qui « font exister » l'opinion publique afin de nourrir les argumentaires des groupes de pression, les commentaires des journalistes ou les « éléments de langage » des professionnels de la politique. Mais elle se distingue par un plus grand scepticisme à l'égard de la notion même

---

<sup>3</sup> Cette approche est peu fréquente dans les critiques académiques mais elle forme la trame usuelle des critiques partisans et militantes. Pour ne prendre qu'un exemple parmi les multiples occurrences d'une telle perspective, cet extrait d'un éditorial de *L'Humanité* du 3 avril 1969 : « *Ce sondage vient à point. Il a quelque chose de providentiel, de providentiel pour M. Pompidou s'entend, à tel point que, dès dimanche soir, le journal télévisé s'en emparait, et, graphiques à l'appui, essayait de démontrer que le pouvoir redevient populaire, et que le premier ministre (...) a le vent en poupe. On nous permettra de ne pas partager les certitudes tranchantes de l'ORTF (...). [En effet], les élections partielles ont presque partout montré le recul de l'anticommunisme. Faut-il rappeler que Hyères s'est donné un maire communiste ? Que Bastia a un maire-adjoint membre de notre Parti ? Qu'à Rouen, dimanche encore, notre candidat a réuni deux mille voix de plus que la gauche au premier tour ? (...)* ».

<sup>4</sup> Cette métaphore est notamment utilisée par Patrick Champagne dans *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique*, Minuit, 1990.

<sup>5</sup> Nous renvoyons ici aux enquêtes dites « confidentielles » que commandent et exploitent institutions publiques, groupes d'intérêts et partis.

d'opinion publique. Pour simplifier, cette perspective considère qu'en dehors des élections qui constituent un moment effectif d'expression collective des citoyens, « l'opinion publique » *n'existe pas*. Plus précisément, cette approche postule qu'elle n'existe pas en dehors des outils, des discours ou des manifestations qui prétendent la faire exister, la faire parler, en un mot l'enrôler. Cette approche, dite constructiviste, permet notamment de comprendre l'importance pour les instituts des séquences électorales, seuls moments de *mise à l'épreuve* de la pertinence de l'instrument. En dehors des scrutins, il n'y a en effet aucun moyen de s'assurer que l'opinion publique que mesurent les sondages est une représentation correcte des opinions dispersées dans une société donnée, sinon par la réitération de ces enquêtes. Entretenant l'histoire mythique des prédictions réussies (et inattendues) de la réélection de Roosevelt en 1936 ou de la mise en ballotage de de Gaulle en 1965<sup>6</sup>, les sondeurs sont contraints de produire une argumentation tautologique du lien entre « opinion publique » et « sondage » : les sondages constituent un instrument de mesure de l'opinion publique qui n'est autre que... ce que mesurent les sondages. Le regard constructiviste soutient donc que l'opinion publique (au singulier) n'est rien d'autre qu'une catégorie langagière ou une abstraction politiquement bien fondée puisque adossée aux fondements démocratiques et libéraux de nos institutions. En l'absence de définition consensuelle de ce qu'elle est précisément et de ce que sont ses attentes, l'un des enjeux du travail politique est de parvenir à faire parler l'opinion publique, ce « tribunal suprême »<sup>7</sup> ou cette « source du pouvoir »<sup>8</sup>, en s'appuyant sur des indices crédibles.

Bénéficiant d'une assise scientifique (questionnaires formalisés dans le sillage de la psychologie sociale et méthodes d'échantillonnage issues des mathématiques probabilistes), permettant une réitération potentiellement infinie d'investigations opérées à l'échelle nationale pour un coût accessible à de multiples institutions et organisations, les résultats sondagers se sont ainsi imposés comme les indices les plus pertinents car les mieux ajustés aux évolutions des systèmes politiques et sociaux : nationalisation de la compétition électorale et des luttes idéologiques sous l'effet notamment du développement des médias audiovisuels, individualisation des comportements électoraux et déclin des encadrements communautaires, généralisation d'une « culture du chiffre » (la quantophrénie) comme garant d'une gestion rationnelle, objective et efficace des activités sociales. Ainsi paré des vertus de la science, les sondages se présentent comme des instruments d'autant plus « neutres » que les intérêts

---

<sup>6</sup> Voir Loïc BLONDIAUX, *La Fabrique de l'opinion*, op. cit., p. 257-264 et 544-547 ; Richard BROUSSE, Alain GARRIGOU, *Manuel anti-sondages. La démocratie n'est pas à vendre*, La ville brûle, 2011, p. 18-20.

<sup>7</sup> Keith BAKER, *Au Tribunal de l'opinion. Essai sur l'imaginaire politique au XVIIIe siècle*, Paris, 1993, p. 221.

<sup>8</sup> James BRYCE, *The American Commonwealth*, McMillan, 1911, p. 267.

économiques des instituts reposent précisément sur leur capacité à produire des données fiables, prédictives, non biaisées, à l'opposé des indices rudimentaires, impressionnistes et sélectifs sur lesquels pouvaient s'appuyer « les faux prophètes de l'opinion publique<sup>9</sup> ». Pour ce point de vue constructiviste, l'institutionnalisation des sondages marque ainsi moins la victoire d'une technologie permettant enfin de connaître objectivement l'opinion publique, que l'entrée dans un nouveau « régime de l'opinion<sup>10</sup> ».

## Les spécificités de l'opinion publique « sondagière »

Qu'elle existe ou non préalablement à sa mesure, il importe d'interroger les spécificités de cette opinion publique que les sondages prétendent faire émerger, compte tenu des fondements *épistémologiques* de l'instrument. La littérature critique identifie ainsi trois caractéristiques qui, au regard des conceptualisations alternatives de l'opinion publique, ne vont pas de soi<sup>11</sup>.

Premièrement, l'opinion publique que construisent les sondages est d'abord une simple *agrégation* d'opinions individuelles. Elle n'est « publique » que parce qu'elle est plurielle, sous-tendue par le principe, à la fois démocratique et statistique, de mise en équivalence des individus, indépendamment de leur poids social respectif, de leur intérêt personnel pour le sujet d'enquête, de la consistance de leur point de vue ou encore de leur connaissance même des thématiques soumises à l'investigation<sup>12</sup>. Comme le rappelait Pierre Bourdieu dans l'un de ses articles les plus fréquemment cités<sup>13</sup>, la pratique des sondages repose sur des postulats implicites mais contestables : « tout le monde a une opinion » (sur tous les sujets susceptibles d'être questionnés) et « toutes les opinions se valent ». Remettre en cause la pertinence empirique de ces axiomes revient ainsi à miner la justification théorique de l'instrument, et c'est un tel objectif que se sont donnés de nombreux chercheurs français et américains, depuis les

---

<sup>9</sup> La formule est de Georges Gallup, fondateur de l'Institut américain d'opinion publique en 1935, cité par Loïc BLONDIAUX, *La Fabrique de l'opinion, op. cit.*, p. 191.

<sup>10</sup> Brigitte GAÏTI, « L'opinion publique dans l'histoire politique : impasses et bifurcations », *Le Mouvement Social*, n° 221, 2004, p. 100.

<sup>11</sup> Sur ce point, voir notamment Loïc BLONDIAUX, « Ce que les sondages font à l'opinion publique », *Politix*, n°37, 1997, p. 117-136.

<sup>12</sup> Il faut évidemment noter que ces principe d'agrégation et de mise en équivalence ne se justifient statistiquement et politiquement que si les échantillons sont effectivement « représentatifs » (voir *infra*).

<sup>13</sup> Pierre BOURDIEU, « L'opinion publique n'existe pas », *Les Temps modernes*, n°318, 1973, p. 1292-1309.

observations fondatrices d'Herbert Blumer ou de Philip Converse sur l'inégale solidité des opinions recueillies et l'artificialité de leur agrégation<sup>14</sup>.

L'opinion publique sondagière se singularise, deuxièmement, par une procédure de recueil *individualisé* des opinions. Il ne s'agit donc pas de l'expression collective et organisée d'un public préalablement constitué par l'identification de préoccupations communes (comme dans le cadre d'une manifestation ou d'une pétition) ou par la confrontation réglée d'informations et d'arguments (comme dans le cadre des dispositifs participatifs ou délibératifs<sup>15</sup>). Au contraire, les sondages reposent sur un principe d'« atomisation » des points de vue collectés pour emprunter un concept central dans la philosophie politique du jeune Habermas et de ses maîtres de l'École de Frankfort<sup>16</sup>. Les opinions recueillies sont supposées être le reflet du « for intérieur » d'individus protégés des influences extérieures, qu'il s'agisse de leur entourage ou de l'enquêteur. La formulation des questions (en principe dénotée) et l'attitude de l'interviewer (distanciée) doivent ainsi respecter un idéal de neutralité pour n'engendrer aucun biais dans les réponses. La ressemblance avec la procédure électorale n'est évidemment pas fortuite : Georges Gallup n'avait-il pas qualifié son instrument de « référendum sur échantillon » ? Le souci de prémunir l'individu d'éventuelles pressions s'apparente bien au rôle dévolu à l'isoloir, ce dispositif « d'intimisation » du vote contre les « intimidations » sociales<sup>17</sup>. L'individualisation sous-jacente à la pratique sondagière semble donc parée des vertus démocratiques. Toutefois, deux difficultés soulevées par la littérature critique viennent perturber ce bel ordonnancement. D'une part, en dépit de la neutralité proclamée, les opinions recueillies sont en réalité « préconstruites » puisqu'elles s'expriment uniquement en réponse aux questions (im)posées par l'enquêteur et par l'intermédiaire de modalités proposées aux interviewées. Bien qu'une telle clôture de l'espace des opinions énonçables se justifie méthodologiquement (synthétiser

---

<sup>14</sup> Voir Herbert BLUMER, « Public Opinion and Public Opinion Polling », *American Sociological Review*, vol. 13, n°5, 1948, p. 542-554; Philip CONVERSE, « The Nature of Belief Systems in Mass Publics », in APTER David (dir.), *Ideology and Discontent*, Free Press, 1964, p. 206-261. Parmi les travaux les plus récents, citons notamment Georges BISHOP, *The Illusion of Public Opinion. Fact and artifact in American Public Opinion Polls*, MD Rowman, 2005.

<sup>15</sup> Certains théoriciens de la démocratie participative ont ainsi imaginé des dispositifs d'expression des opinions, comme le sondage délibératif, qui garantissent aux membres du public la capacité à se forger un point de vue plus informé, plus argumenté, en un mot plus solide. Voir James FISHKIN, *The Voice of the People. Public Opinion and Democracy*, Yale University Press, 1997 ; Loïc BLONDIAUX, « Sondages et délibération. Une épistémologie alternative de l'opinion publique ? », *Politix*, n°57, 2002, p. 167-180.

<sup>16</sup> Jürgen HABERMAS, *L'Espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Payot, 1993.

<sup>17</sup> Alain GARRIGOU, « Le secret de l'isoloir », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°71-72, 1988, p. 44. De ce point de vue, certaines des critiques de l'individualisation des opinions générées par les sondages s'inscrivent dans la continuité directe de la dénonciation sartrienne de l'isoloir, « symbole de toutes les trahisons que l'individu peut commettre envers les groupes dont il fait partie » (Jean-Paul SARTRE, « Elections, pièges à con », *Les Temps modernes*, n°318, 1973).

l'information est une condition *sine qua non* de l'agrégation statistique des réponses), la démarche pose problème dès lors qu'elle rend impossible toute tentative de s'extraire du cadre prédéfini pour reformuler l'interrogation et/ou sortir des alternatives proposées. Autrement dit, les sondages reposent sur un principe d'imposition de problématique équivalent aux dispositifs électoraux : dans les deux cas, l'expressivité individuelle est pauvre puisque réduite à une opération de sélection au sein d'une offre donnée. D'autre part, deuxième difficulté, les techniques sondagières présupposent implicitement que les individus disposeraient d'opinions solides, stabilisées et univoques<sup>18</sup>. Cette conception est intellectuellement héritée du *behaviorisme*, la psychologie comportementaliste qui se développe aux Etats-Unis au début du XX<sup>e</sup> siècle mais dont certains postulats ont depuis longtemps déjà été battus en brèche par d'autres courants psychosociologiques ou sociologiques. Ces derniers ont en effet montré le caractère pluriel, et potentiellement contradictoire, des individus et de leurs identités : selon les situations, les partenaires d'action et par conséquent les rôles endossés par les personnes, l'expression des opinions est susceptible d'évoluer<sup>19</sup>. Pour ne prendre ici qu'un exemple trivial, nos perspectives en matière de sécurité routière, de comportements légitimes sur les routes et de priorité de l'action publique dans ce domaine peuvent évidemment varier selon que l'on est en position d'automobiliste, de cycliste ou de piéton. De ce point de vue, quelle serait la « vérité » de l'individu sur ces sujets ?

La troisième spécificité de cette opinion publique sondagière entre en résonance avec les précédentes et renvoie elle aussi au caractère artificiel d'un dispositif qui *sollicite* les opinions plus qu'elle ne les observe. En première analyse, il ne s'agit pas d'opinions *publiques* mais d'opinions *privées*. Mais s'agit-il même d'opinions ? N'a-t-on pas tout simplement affaire à des réactions stimulées par un commanditaire dont rien ne garantit que l'interviewé partage les préoccupations ? Que penser de cette étude de l'institut Odoxa qui demande aux « Français » (ou plutôt une petite fraction d'entre eux) s'ils trouvent que « les frondeurs sont trop à gauche, pas assez à gauche ou juste comme il faut »<sup>20</sup> sans jamais s'assurer que les sondés savent précisément à quelles personnalités politiques ce qualificatif est attribué et sur quels secteurs

---

<sup>18</sup> Les fondements théoriques des sondages sont d'ailleurs paradoxalement contradictoires avec les usages pratiques qu'ils rendent possibles. En effet, l'hypothèse *behavioriste* d'attitudes individuelles structurées et stables s'oppose à l'idée d'utiliser les sondages comme des instruments de saisie de la sensibilité (conjoncturelle donc) de l'opinion publique à la propagande politique. Le *tracking* constitue ainsi un outil de mesure quotidienne de l'efficacité des flux communicationnels, c'est-à-dire que ce sondage réalisé chaque jour sert à identifier l'évolution de l'opinion lors d'une bataille politique particulièrement saillante.

<sup>19</sup> Alexis FERRAND, *Appartenances multiples, opinion plurielle*, Presses Universitaires du Septentrion, 2011 ; Matthieu BRUGIDOU, *L'Opinion et ses publics. Une approche pragmatiste de l'opinion publique*, Presses de Sciences Po, 2008.

<sup>20</sup> Sondage Odoxa / *Le Parisien* réalisé les 26 et 27 février 2015.



de la politique gouvernementale porte la « fronde » ? Parmi d'autres, Patrick Lehingue note avec justesse la rareté des questions cognitives qui pourraient servir à filtrer les répondants et ainsi éviter d'agrèger opinions informées et réponses hasardeuses<sup>21</sup>. Or différentes expériences montrent que lorsque les enquêtes comprennent en amont des questions demandant à l'interviewé s'il dispose déjà d'un avis sur la thématique soulevée, les taux de sans-réponse tendent mécaniquement à s'élever, ce qui engendre des distributions d'opinions sensiblement différentes que lorsque de telles précautions sont absentes<sup>22</sup>. De la même manière, lorsque les enquêtes intègrent des questions ouvertes invitant à expliciter certains concepts propres au vocabulaire politique, y compris parmi les plus usuels (libéralisme, Etat-Providence, décentralisation, construction européenne...), une part non négligeable des sondés, et notamment ceux issus des catégories populaires, avoue leur incompréhension de ces termes ou bien énoncent des définitions relativement éloignées de celles qui vont de soi pour les individus les plus politisés<sup>23</sup>. Et pourtant, la quasi-totalité des sondages « standards » mettent en avant des taux de sans-réponse étonnamment bas, même lorsqu'ils se penchent sur des thématiques éloignées du quotidien des individus<sup>24</sup>. Soucieux de ménager leurs commanditaires en leur offrant des résultats immédiatement exploitables, les instituts recourent en effet souvent à des techniques qui leur permettent de minimiser les proportions de non-répondants : multiplication des consignes de relance de la part des enquêteurs, modalité « NSP » non suggérée, introduction des questions par la mention « Vous savez que... » indiquant implicitement à l'interviewé ce qu'il est supposé connaître, etc.<sup>25</sup> Ainsi, comme le souligne Daniel Gaxie, « *L'un des présupposés les plus enfouis dans les méthodologies et les interprétations des enquêtes d'opinion est l'imputation tacite d'un mode de pensée politique structuré à l'ensemble de la population.*<sup>26</sup> » Pour le dire autrement, on observe, d'un côté, une forme d'ethnocentrisme

<sup>21</sup> Il recense ainsi seulement trois interrogations de nature cognitive parmi les 105 questions figurant au sein de l'ensemble des sondages publiés lors du mois de septembre 2006 (Patrick LEHINGUE, *Subunda. Coups de sonde dans l'océan des sondages*, Le Croquant, 2007, p. 153). Un tel constat est d'ailleurs ancien et non spécifique à la France (cf. Lindsay RODGERS, *The Pollsters. Public Opinion, Politics and Democratic Leadership*, Alfred Knopf, 1949, p. 43).

<sup>22</sup> Par exemple Jean-Pierre GREMY, « Questions et réponses : quelques résultats sur les effets de la formulation des questions dans les sondages », *Sociétés contemporaines*, n°16, 1993, pp.165-176.

<sup>23</sup> Voir l'enquête Ipsos / *Le Monde* de mars 1988 citée par Patrick Lehingue (*Subunda op. cit.*, p. 158) ainsi que les travaux de Daniel Gaxie : « Au-delà des apparences. Sur quelques problèmes de mesures des opinions », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°81-82, 1990, p. 122 et « What we Know and do not Know About Citizens' Attitudes Towards Europe », in GAXIE Daniel, HUBE Nicolas et ROWELL Jay (dir.), *Perceptions of Europe. A Comparative Sociology of European Attitudes*, ECPR Press, 2011, p. 1-16.

<sup>24</sup> Pour ne prendre qu'un exemple caricatural, à la question « *Trouvez-vous que les chercheurs français remplissent leur mission très bien, plutôt bien, plutôt mal, très mal ?* » (CSA, avril 2006), le rapport d'enquête indique que seuls 2 % des interviewés préfèrent ne pas répondre.

<sup>25</sup> Pour une recension plus exhaustive de ces techniques, voir Patrick LEHINGUE, *Subunda, op. cit.*, p. 166-169.

<sup>26</sup> Daniel GAXIE, « Sur les renforcements circulaires entre les routines méthodologiques, les présupposés d'interprétations et les résultats des enquêtes d'opinion » (communication lors du colloque « Critiques des

social de la part des commanditaires et des sondeurs qui postulent, faisant fi des acquis les plus fondamentaux de la science politique, l'universalité de la compétence politique « savante » et le partage dans l'ensemble du corps social des préoccupations politiques qui forment la trame de nombreuses questions. De l'autre, n'ayant comme choix que de se plier à la règle du jeu ou de ne pas jouer, les interviewés les moins dotés en capital culturel tendent avant tout, face des questionnements trop abstraits, à ne pas perdre la face en avouant leur incompréhension, c'est-à-dire à privilégier des réponses modales (les « plutôt d'accord » ou « plutôt pas d'accord ») qui demandent un moindre effort de justification<sup>27</sup>.

Les problèmes ainsi soulevés sont bien de nature épistémologique puisqu'ils questionnent la solidité scientifique d'un instrument qui, soit encourage l'ensemble des interviewés à répondre au prix d'une interrogation légitime sur la portée d'une telle agrégation d'opinions consistantes et de réponses hasardeuses, soit ne favorise que les plus politisés à répondre mais au prix d'une ambiguïté quant à la représentativité de l'opinion publique ainsi mesurée.

## **Des conventions méthodologiques discutables mais indiscutées**

Au-delà de ces difficultés intrinsèques à la démarche sondagière elle-même, il convient de noter que les sondeurs n'honorent pas toujours les exigences de scientificité qu'ils mobilisent pourtant pour légitimer leur instrument. En effet, de trop nombreuses enquêtes produisent des résultats inexploitablement en raison de la superficialité du questionnaire ou du manque de rigueur dans la constitution de l'échantillon. Cet obstacle résulte souvent des attentes des commanditaires qu'il s'agisse d'entreprises médiatiques soucieuses d'élaborer des « coups » éditoriaux à renfort de chiffres « chocs » ou de groupes d'intérêts qui orientent les questions et les modalités de réponse pour donner à voir une opinion publique convergente avec leurs prises

---

sondages », Assemblée nationale, 5 février 2011, disponible sur [www.observatoire-des-sondages.org/Les-presupposes-d-interpretations](http://www.observatoire-des-sondages.org/Les-presupposes-d-interpretations)).

<sup>27</sup> C'est un même mécanisme qui s'opère lorsque les interviewés privilégient des réponses socialement acceptables pour dissimuler des opinions moins dicibles publiquement (l'aveu d'un vote FN ou d'une pratique déviante). Sur ce point, l'expérience dite de la « pommade » montre que, lorsque l'intervieweur s'écarte de la neutralité habituelle et félicite explicitement le sondé pour la qualité de ses réponses, une proportion non négligeable d'interviewés principalement issus des catégories populaires (entre 12 % et 16 % selon les scénarios) reconnaissent des points de vue qu'ils n'avoient pas face à un questionnement « standard » (cf. Nonna MAYER, « La consistance des opinions », in GRUMBERG Gérard et al. (dir.), *La Démocratie à l'épreuve*, Presses de Science Po, 2002, p. 42-43).

de position. Mais cette limite est aussi le fruit de routines méthodologiques, que les instituts justifient au nom de principes scientifiques :

- administration des interviews par téléphone et aujourd'hui sur Internet au détriment du face-à-face ;
- imposition d'un principe de « neutralité » dans l'attitude de l'enquêteur pour prévenir toute influence (le web étant supposé désormais garantir l'absence de biais « relationnels »)<sup>28</sup> ;
- standardisation du nombre d'interviewés autour de 1000, voire moins dans le cas d'enquêtes administrées auprès d'une fraction spécifique de la population sur un plan sociobiologique (les « jeunes », les « cadres », les « femmes », etc.) ou géographique (les électeurs de telle région ou telle ville), alors que les premiers sondages s'efforçaient de constituer des échantillons plus vastes ;
- absence quasi-systématique de questions ouvertes qui privent les interviewés de spontanéité, d'imagination, de mobilisation de leurs propres catégories d'appréciation et de possibilité d'exprimer l'intensité de leurs opinions.

Pour chacune de ces conventions méthodologiques, les arguments scientifiques destinées à les légitimer dissimulent des motivations relevant davantage d'une rationalité économique : réduire les coûts pour demeurer compétitif dans un univers concurrentiel. Ainsi la généralisation des enquêtes en ligne, la « neutralité » et la systématique des questions fermées ne constituent-elles pas seulement des moyens de minimiser les biais (respectivement de représentativité, d'influence et de recodage). C'est aussi une exigence industrielle : brider au maximum la latitude de l'enquêteur (tenu de ne pas s'écarter du script) et de l'enquêté (tenu de n'exprimer son opinion qu'à travers les modalités prédéfinies) afin d'accélérer la passation des questionnaires<sup>29</sup>.

Par ailleurs, l'équivalence entre résultats des sondages et opinion publique ne se justifie que si les échantillons d'interviewés sont représentatifs de la population dans son ensemble. Or, si le recours systématique à la méthode des quotas est en soi problématique au regard des fondements théoriques des mathématiques probabilistes<sup>30</sup>, les difficultés d'accès aux individus

---

<sup>28</sup> Qu'il s'agisse d'enquêtes qualitatives ou quantitatives, la question de la posture de l'intervieweur fait pourtant l'objet d'une très abondante littérature. La finalité de ces controverses méthodologiques est de parvenir à définir l'attitude pertinente pour susciter la confiance et la sincérité de l'enquêté.

<sup>29</sup> Sur ces logiques industrielles et leurs effets sur la « qualité » des enquêtes, Rémy CAVENG, *Un laboratoire du « salariat libéral »*. *Les instituts de sondage*, Le Croquant, 2011.

<sup>30</sup> En effet, l'inférence statistique qui commande le passage du particulier au général et permet le calcul des marges d'erreur, n'est théoriquement possible qu'en recourant à la méthode aléatoire, c'est-à-dire au tirage au sort des interviewés. Celle-ci nécessitant une « base de sondage » exhaustive (i.e. la liste de l'ensemble des individus potentiellement interrogeables), les instituts sont contraints d'emprunter la méthode des quotas, autrement

et de composition d'échantillons représentatifs (au sens d'égalité de probabilité de chacun d'être interviewé) semblent s'être récemment exacerbés, au point de mettre en cause la pertinence des estimations que les sondages produisent. D'une part, le choix des variables utilisées pour construire les quotas, et notamment la « profession du chef de ménage », soulève des interrogations légitimes : « cadres et professions intellectuelles supérieures », « ouvriers » ou « retraités » forment des catégories particulièrement hétérogènes et assez peu prédictives des orientations idéologiques potentielles. Daniel Gaxie a notamment montré que si les enquêtes comprenaient une proportion d'interviewés issus de ménages ouvriers conforme à leur poids dans la population, elles tendaient en revanche à engendrer une surreprésentation des ouvriers qualifiés au détriment des ouvriers non qualifiés<sup>31</sup>. On peut ainsi questionner la pertinence du recours à cette seule variable pour identifier le positionnement social des individus : la sociologie politique française n'a-t-elle pas mis en évidence que le statut d'activité (salarié du public vs. salarié du privé vs. indépendant), le niveau de diplôme, le revenu ou le volume de patrimoine constituaient des vecteurs plus prédictifs des préférences idéologiques et des comportements électoraux ? Ces ambiguïtés potentielles se conjuguent avec des choix méthodologiques déjà mentionnés : la constitution d'échantillons particulièrement succincts (certains sondages n'interrogent que 800 individus, parfois moins) ainsi que le recours croissant à l'enquête en ligne dans un contexte où la connexion à Internet n'est pas encore universelle. Si cette démarche engendre une singulière diminution des coûts de production (il n'y a désormais plus d'enquêteurs à rémunérer), elle constitue aussi un choix par défaut dans la mesure où les investigations téléphoniques suscitent des refus de plus en plus prononcés et ainsi des « taux de réponse brut » si faibles que la propension à répondre semble être devenue la variable prioritaire en matière de composition des échantillons<sup>32</sup>. La représentativité sociale des enquêtes par sondages peut de la sorte être légitimement mise en doute.

---

qualifiée d'échantillonnage empirique, pour laquelle aucun outil mathématique ne permet théoriquement de calculer les marges d'erreur.

<sup>31</sup> Daniel GAXIE, « Au-delà des apparences... », art. cité, p. 100. La même remarque peut être faite au sujet de la catégorie « cadres et professions intellectuelles supérieures » qui comprend des groupes relativement distincts (cadres du public, cadres du privé et professions libérales) et dont le poids respectif dans les échantillons peut varier fortement d'un sondage à l'autre, au risque d'engendrer des variations d'opinion importante, ce que nous avons personnellement observé lors de notre expérience au Service d'information du gouvernement.

<sup>32</sup> Voir Patrick LEHINGUE, *Subunda, op. cit.*, p. 91 et suiv.

## Le sondage comme arme au service des dominants ?

Bien que les mises en cause ontologiques, épistémologiques ou méthodologiques précédemment décrites ne soient aucunement exemptes d'arrière-pensées politiques, il reste à clarifier les ressorts proprement idéologiques des critiques adressées aux sondages. De ce point de vue plus explicitement politique, certaines analyses interrogent l'hypothèse d'un changement spectaculaire des règles du jeu politique sous l'effet des sondages (parmi d'autres facteurs) : basculement d'une « démocratie des partis » vers une « démocratie du public »<sup>33</sup>, renversement des principes de légitimité politique, construction des programmes ou des projets de loi selon des recettes empruntées aux études de marché, etc.<sup>34</sup> Controversées, ces hypothèses nécessiteraient davantage de place pour être discutées et mises à l'épreuve. Aussi nous contenterons-nous ici de soulever deux types de difficultés, convergentes.

D'un côté, par leur caractère apparemment scientifique et démocratique, les sondages tendraient à délégitimer les autres formes d'expression ou de représentation de l'opinion publique, entendu en tant qu'arbitre critique des débats politiques ou en tant qu'incarnation au quotidien de la souveraineté populaire. Si cette première accusation est moins vive aujourd'hui qu'il y a encore quelques décennies, il est intéressant de remarquer qu'elle est issue de deux positions très éloignées dans l'espace politique. Premièrement, ces critiques ont été historiquement très vives parmi les parlementaires ou les défenseurs du parlementarisme, à l'image de la direction du *Monde* jusqu'au milieu des années 1980. Selon cette conception, les députés se présentent comme les seuls dépositaires de l'expression populaire, en raison de leur mandat. Ce sont les seuls détenteurs d'une représentativité, mise à l'épreuve lors de chaque scrutin, ainsi que les seuls véritablement informés, compétents, raisonnables, placés dans un espace favorable à la délibération, à l'abri donc des dérives démagogiques qui peuvent guetter une opinion soumise à ses émotions et potentiellement influençable par les médias de masse<sup>35</sup>. Deuxièmement, le Parti communiste et, plus généralement, les héritiers d'une perspective marxiste considèrent que la véritable source de l'opinion publique réside dans le peuple lui-même (et notamment les fractions « populaires », c'est-à-dire les classes sociales dominées sur

---

<sup>33</sup> Bernard MANIN, *Principes du gouvernement représentatif*, Flammarion, 1995.

<sup>34</sup> Pour une recension de ces différentes hypothèses, voir Grégory DERVILLE, *Le Pouvoir des médias*, Presses universitaires de Grenoble, 2013.

<sup>35</sup> S'ils ne s'inscrivent pas dans une défense du parlementarisme à proprement parler, le publiciste Walter Lippmann a fourni, dans le contexte politique américain des années 1920, l'assise argumentative d'une contestation élitiste à toute forme de renforcement de la participation populaire, compte tenu de l'incompétence et de la versatilité des citoyens « ordinaires » (Walter LIPPMANN, *Le Public fantôme*, Démopolis, 2008).

un plan socioéconomique), soit par l'intermédiaire de ses porte-parole « naturels » (en l'occurrence, le Parti), soit par le biais de ses manifestations publiques effectives qu'elles soient encadrées ou spontanées<sup>36</sup>.

Si les sondages viendraient discréditer ces autres espaces potentiels d'expression démocratique, ils tendraient, d'un autre côté, à offrir un avantage comparatif aux institutions et organisations qui peuvent les financer, au détriment des groupes moins dotés financièrement. Cette problématique concerne d'ailleurs aussi bien les enquêtes confidentielles que les sondages qui alimentent les flux médiatiques. D'une part, l'affaire dite des « sondages de l'Elysée » a mis en lumière à quel point l'occupation des positions de pouvoir politique peut s'accompagner d'une utilisation des ressources publiques au service d'intérêts personnels ou partisans. Au-delà d'ailleurs de cette affaire particulièrement saillante au regard des montants mis en jeu, l'ensemble des services administratifs qui passent commande d'enquêtes d'opinion sont incités à transgresser plus ou moins allégrement la frontière entre communication publique et communication politique, entre commande de sondages au nom des institutions et commande de sondages au services des dirigeants de ces institutions<sup>37</sup>. D'autre part, une part croissante des enquêtes publiées font office de « push poll », c'est-à-dire de sondages financés par des groupes d'intérêts pour accompagner leurs stratégies de relations publiques vis-à-vis des gouvernants ou des médias.

La méconnaissance des usages effectifs des sondages dans les institutions ou organisations politiques engendre cependant des points de vue excessifs qu'il faut nuancer. D'une part, l'accès aux ressources sondagières ne confère pas une position panoptique à des dirigeants qui seraient de la sorte omniscients et capables de contrôler la population et de lui imposer ses vues. L'impopularité structurelle des gouvernants rappelle non seulement que les sondages ne leur sont pas d'un grand secours mais également que, parmi l'ensemble des contraintes qui pèsent sur les processus de décision, le souci de séduire cette opinion publique nationale et indifférenciée pèse finalement peu face aux exigences « réelles » formulées par les partenaires internationaux, les acteurs socioéconomiques et plus généralement l'ensemble des groupes de pression qui, eux, sont organisés et mobilisés. D'autre part, malgré l'ampleur des études commanditées par les institutions politiques, les gouvernants n'accèdent généralement qu'à des

---

<sup>36</sup> Sur ce dernier point, voir Patrick CHAMPAGNE, *Faire l'opinion*, op. cit., p. 72 et suiv.

<sup>37</sup> Dans un récent rapport, la Cour des comptes s'est ainsi étonnée que « certains sondages commandés par les ministères mélangent des questions relatives à la perception de l'action du ministre en tant que tel et d'autres touchant davantage à son image personnelle, en tant que personnalité politique » (*Les Dépenses de communication des ministères*, octobre 2011, disponible sur <http://www.slideshare.net/fullscreen/cecilejandau/rapport-cour-des-comptes-dpenses-de-communication-des-ministres/1>).

données, certes lisibles et mémorisables, mais sommaires et difficilement traductibles en principes d'action.

Or, c'est sans doute ce dernier point qui permet de comprendre le succès des sondages. Plus qu'en raison de leur scientificité ou de leur caractère démocratique, les sondages se sont imposés en raison de leur capacité à satisfaire des contraintes pratiques pour l'ensemble des acteurs susceptibles de les financer, des médias aux forces politiques. Pour les dirigeants des exécutifs institutionnels, les sondages se donnent à voir comme un outil *économique*, sur un plan financier ou cognitif. Rapides à produire (les données peuvent être disponibles en 24 heures), apparemment simples à lire, relativement peu onéreux (au regard d'autres types d'études), les sondages facilitent la production d'information à la fois concises, globales (car supposées représentatives de l'ensemble des citoyens et fondées sur un principe majoritaire), moins ambiguës que des matériaux qualitatifs (car étayées par des preuves *a priori* incontestables) et supposément prédictives. Mais surtout, face à une activité politique extrêmement compétitive, anxiogène et surdéterminée par les jeux d'égos, les sondages assurent, au quotidien, une fonction d'assurance ou de réassurance. Pauvres sur le plan de la compréhension fine des opinions et de leurs confrontations, ils offrent un aperçu *a minima* de ce peuple structurellement éloigné de ceux qui prétendent agir en son nom.