

Fiche Cours / Master 2

Communication & Opinion publique

Les quatre critiques sociologiques de l'opinion publique

Produire une opinion publique est le résultat d'une activité industrielle et marchande. Les médias, partis politiques et tous les autres acteurs qui achètent cette production la diffusent en l'interprétant. L'information sur l'état de l'opinion (« ce que pensent les Français de... ») passe du statut de marchandise industrielle à celui de ressource cognitive (Guyot, Fuzeau, Cottin, et Rietsch, 2013) circulant dans divers champs sociaux, modifiant les perceptions, les comportements ou les stratégies des acteurs sociaux. L'importance sociologique de cette information nécessite de s'interroger sur sa véracité, sa pertinence et sa crédibilité. On pourrait imaginer que cette tâche incombe aux relais médiatiques. Par exemple, la diffusion par une chaîne de télévision des résultats d'un sondage électoral peut influencer les intentions de vote des électeurs. Déontologiquement, il revient au média de s'assurer de la qualité de l'information divulguée et d'envisager les conséquences de sa diffusion. Dans les faits, cette vérification n'est le plus souvent pas effectuée : le média achète le résultat du sondage et cherche à bénéficier de l'exclusivité de sa diffusion, sans plus de regard sur la « cuisine » de sa fabrication. La synthèse chiffrée présente en outre l'avantage de dépassionner l'opinion : les chiffres ont la réputation d'être plus objectifs que le discours. A supposer que le public des médias de masse prenne en compte Comment se forme et s'exprime l'opinion publique ? 14 compte la série de données qui leur sont présentées comme objectives et représentatives de l'opinion de la collectivité, la critique de l'opinion publique n'en devient que plus nécessaire. C'est le monde universitaire qui va se charger de « passer l'opinion publique au rasoir d'Occam » (Jayet, 2017). Le sociologue français distingue quatre types de critiques :

• **Objectiviste** : cette posture « refuse de faire des opinions ou des représentations subjectives des « objets » réellement dignes d'une investigation scientifique et de mesures comme le seraient des « comportements » ».

On trouve dans cette critique une opposition ancienne entre le concret et l'abstrait. Les comportements (politiques comme le vote, économiques comme la décision d'achat, etc.) seraient concrets et observables tandis que les idées (opinions, avis, etc.) seraient abstraites et dissimulées.

Les statistiques constitueraient donc un outil efficace pour traiter des premiers, puisque matériels, objectifs, et dénués de toute interprétation subjective. En clair, les statistiques mesureraient mieux le vote que l'intention de vote car le premier est réel (avoir voté pour un candidat est un choix binaire) et la seconde non réalisée. Les tenants de cette critique approchent donc les enquêtes d'opinion selon un angle behavioriste niant la pertinence statistique de l'intentionnalité.

• **Subjectiviste** : la posture est ici inverse, puisqu'elle considère comme « incapable de rendre compte de la richesse de la subjectivité humaine » la production de chiffres à partir de questions fermées.

Selon cette critique, seules les méthodes qualitatives (comme des entretiens) permettraient de saisir le mode de raisonnement et les catégories de pensée des individus. Concrètement, cela se traduit par une approche très professorale des questionnaires servant de base à la construction de l'opinion. Le problème soulevé est le suivant : le questionnaire n'est pas légitime car il demande à une personne de se positionner par rapport à une question dont il ne maîtrise pas tous les enjeux sous-jacents. Par exemple, une question portant sur l'action du Parlement européen quant à la régulation des ressources halieutiques demande à l'enquêté de se positionner par rapport à un thème auquel il

n'a probablement pas réfléchi et sur lequel ses connaissances sont limitées ; peut-être n'est-il pas au courant de l'existence de quotas de pêche, ou de l'action du Parlement dans ce domaine ; peut-être ne connaît-il même pas l'existence du Parlement européen. Les compétences politiques et économiques de l'enquêté sont donc essentielles pour répondre de façon pertinente à la question posée : l'absence de maîtrise des enjeux rendrait la réponse artificielle. Cette critique suppose donc qu'il existe une « bonne » réponse (celle du bon élève qui maîtrise bien les enjeux sous-jacents) et de « mauvaises » réponses (l'enquêté répond sur la base de ce qu'il a compris de la question). Les enquêtes d'opinion seraient disqualifiées puisqu'elles imposent un type de catégories de pensée plutôt que de comprendre celles des enquêtés. L'existence de compétence- Comment se forme et s'exprime l'opinion publique ? 15 es politiques et de systèmes de valeur socialement différenciés, ainsi que l'effet d'imposition de problématique empêcheraient de saisir les « vraies » réponses des enquêtés.

• **Nominaliste** : les enquêtes d'opinion construisent des objets qui n'existent pas, notamment l'opinion publique Cette critique est formulée dans l'article éponyme de Pierre Bourdieu (« L'opinion publique n'existe pas », 1973, 1984) : l'opinion publique est construite en agrégeant des opinions individuelles dont le poids social n'est pas équivalent, conduisant à un artefact statistique. L'opinion publique n'est pas, en ce sens, une réalité objective : c'est une fiction construite par les sondages d'opinion, sans réalité sociologique.

Au cœur de l'argument de Bourdieu se trouve la conception d'un espace social traversé par des tensions et des rapports de force qu'un pourcentage ne peut subsumer : « l'« opinion publique » qui est manifestée dans les premières pages de journaux sous la forme de pourcentages (60 % des Français sont favorables à...), cette opinion publique est un artefact pur et simple dont la fonction est de dissimuler que l'état de l'opinion à un moment donné du temps est un système de forces, de tensions et qu'il n'est rien de plus inadéquat pour représenter l'état de l'opinion qu'un pourcentage. »

(Bourdieu, 1973, 1984). La critique de Bourdieu ne porte pas tant sur la technique de la construction des enquêtes, comme la précision de l'échantillonnage ou encore la formulation de question orientées, que sur le produit fini, l'opinion publique. Cette dernière n'est rien d'autre qu'une somme arithmétique d'opinions auxquelles le sondeur attribue un poids identique, dissimulant derrière un chiffre unique la hiérarchie sociale des opinions et les conflits sociaux qui résultent de leur confrontation. L'opinion publique a une fonction politique : « constituer l'idée qu'il existe une opinion publique unanime, [c'est] légitimer une politique et renforcer les rapports de force qui la fondent ou la rendent possible. » (Bourdieu, ibid.) Les gouvernants dissimulent le rapport de force derrière la réification d'une opinion publique : « Dieu est avec nous » se transforme en « l'opinion publique est avec nous », créant un effet de consensus dont la finalité est la légitimation de l'action politique engagée et la permanence de l'état social souhaité. L'instrumentalisation politique de l'opinion publique, de la « moyenne des opinions ou de l'opinion moyenne », sert le dessein des gouvernants et ne peut donc être neutre socialement.

On retrouve également dans cette critique une forme de défiance vis-à-vis de la construction d'agrégats statistiques, au motif que le fait microsociologique est par définition unique et incomparable aux autres faits sociaux. La critique nominaliste initiée par Pierre Bourdieu est reprise et développée par d'autres sociologues, élaborant sur la même idée clé, l'absence de réalité sociologique d'un artefact statistique appelé opinion publique. Ainsi Patrick Champagne (1992) affirme : « le concept d'opinion publique, comme ceux du même ordre, doit toute sa force au fait qu'il contribue à faire exister ce qu'il désigne. Ou, si l'on préfère, on peut Comment se forme et s'exprime l'opinion publique ? 16 Le sociologue rappelle toutefois que la critique de Bourdieu ne conduit pas à nier totalement l'existence d'une opinion publique, mais à considérer que l'opinion publique des sondeurs est un instrument politique au service de quelques-uns. Il peut ainsi exister une « opinion publique

mobilisée » qui s’oppose terme-à-terme à l’opinion publique des dispositifs d’enquête : « il peut exister quelque chose de réel sous l’appellation « opinion publique » qui, certes, est une notion qui, comme tous les collectifs, est une construction sociale qui relève ici de la métaphysique politique, mais qui peut désigner une réalité objectivable, en l’espèce des groupes de pression mobilisés autour de système d’intérêt. » (Champagne, 2011). L’exemple pris par Bourdieu (1984) éclaire ce point de vue : une enquête portant sur les réformes éducatives, réalisée par voie de presse, non représentative de la population française en âge de voter et avec participation volontaire des enquêtés, en dit plus sur l’état des forces politiques et la nature de l’opinion publique que la mesure sandalière. En effet, les personnes prenant la peine de répondre à l’enquête sont déjà mobilisés politiquement, en ce qu’elles participent à l’enquête précisément pour faire entendre leur voix et rendre visible leur positionnement politique. Elles s’inscrivent dans une démarche de groupe de pression sur un thème particulier, ici l’éducation. S’opposent ainsi l’opinion publique de papier des instituts de sondage (une version nominaliste), et l’opinion mobilisée défendue par quelques groupes sociaux conscients de leur pouvoir politique (une version réaliste).

• **Politique** : l’activité sandalière « fait » une opinion « généralement favorable au néolibéralisme » Avec cette critique, on sort du cadre épistémologique pour se positionner plus concrètement dans le champ politique. Reposant notamment sur l’analyse développée par Patrick Champagne dans *Faire l’opinion*, elle insiste sur l’idée que la production d’une opinion publique est en soi un acte de positionnement politique : les individus à l’origine de la diffusion des techniques de sondage en France dans les années 1970 sont, pour le sociologue, d’origine bourgeoise ou d’anciens élèves de la Fondation nationale des sciences politiques. Le positionnement bourgeois de l’appareil de connaissance statistique, qui sert avant tout les intérêts des gouvernants, relève donc d’une stratégie plus globale au sein du « champ politico-journalistique ». Ces acteurs seraient à l’origine d’un changement des « règles du jeu », associant une connaissance plus systématique de l’état de l’opinion publique à l’importance accrue de nouveaux agents, les spécialistes de la communication et les journalistes experts es opinion publique que s’il nomme bien quelque chose, ce n’est pas ce que l’on croit. Produit par un certain état de la structure du champ politique [...], il désigne non pas ce que pensent les citoyens mais en réalité le fétiche d’une machine très perfectionnée, collectivement inventée au cours de l’histoire, pour produire de la légitimité, c’est-à-dire transformer les rapports de force en rapports de sens, la violence physique en violence symbolique, la volonté de quelques-uns en la volonté de tous, l’intérêt particulier en intérêt général. »