

## **Fiche Cours/ Master 2 Sociologie Communication**

### **L'opinion au prisme des médias**

Les médias représentent une question importante. Que leur place soit centrale ou non, il est clair que l'opinion publique est étroitement liée au système médiatique. La qualification de journalisme d'opinion référée par les historiens à la presse du XIX<sup>e</sup> siècle nous met sur la voie. Dans une perspective média centrique et contemporaine telle que la soutient Champagne dans son livre *Faire l'opinion* (1990), l'opinion publique n'existerait que dans et par des médias qui la façonneraient ou l'orienteraient à leur manière. La relation de l'opinion et des médias n'est faite ni de linéarité (les médias, reflets ou porteurs d'une opinion toute faite) ni de surplomb (des médias tout puissants dictant ce qui est à penser). Cette relation dans laquelle se joue une partie de l'agenda setting est plus complexe qu'annoncé, faite autant de méfiance que de domination, dessinant un espace de discussion, exposition-imposition marqué par une grande plasticité. Livre\_BAT.indb 89 07/11/14 10 :12 Nicole D'Almeida 90 HERMÈS 70, 2014 et par un jeu permanent des acteurs dont on ne saurait présupposer la passivité. Il serait intéressant en ce sens d'envisager conjointement opinion publique et conversation publique.

La logique de l'opinion-raison publique accessible à tous et ayant droit de regard sur tout, en quoi Habermas voit le projet (inachevé) des Lumières, ne cesse d'être interpellée par une approche psychologique et sociale qui met l'accent sur la psychologie des publics, sur les phénomènes de contagion et de façonnage de l'opinion qu'analysent de part et d'autre de l'Atlantique des auteurs comme Le Bon, Tarde, Bernays, Lippman ou Tchakhotine. Bernays, par ailleurs neveu de Freud, est un praticien et un théoricien de l'opinion dont les écrits et l'activité de public relations posent avec insistance la question de la propagande, de la rumeur et autres phénomènes d'opinion. Dans ce même contexte nord-américain du xxe siècle, Lippman auteur de l'ouvrage *Public Opinion* (1922) met en évidence la force des images et des stéréotypes qui animent la formation-transformation de l'opinion. Le livre de Tchakhotine paru en 1939 *Le viol des foules par la propagande politique* reprend en la radicalisant la thèse de la passivité des foules, interrogeant ainsi de manière intense son articulation avec la perspective démocratique. Ce faisant, se développe l'idée d'une démocratie d'opinion fondée sur l'écoute d'une supposée demande sociale. Mesure pour mesure La principale dérive de la réflexion menée sur l'opinion publique consiste peut-être dans la question des sondages. Il n'est pas interdit de penser dans la foulée de Blondiaux que la dimension instrumentale a anesthésié la dimension théorique malgré quelques appels tel celui de Blumer (1947), la pratique généralisée des sondages ayant, au cours du xxe siècle et de part et d'autre de l'Atlantique, mis sous le boisseau un courant de recherche que Habermas et Bourdieu ont réanimé fortement. L'invention du son et par un jeu permanent des acteurs dont on ne saurait présupposer la passivité.

Il serait intéressant en ce sens d'envisager conjointement opinion publique et conversation publique. La logique de l'opinion-raison publique accessible à tous et ayant droit de regard sur tout, en quoi Habermas voit le projet (inachevé) des Lumières, ne cesse d'être interpellée par une approche psychologique et sociale qui met l'accent sur la psychologie des publics, sur les phénomènes de contagion et de façonnage de l'opinion qu'analysent de part et d'autre de l'Atlantique des auteurs comme Le Bon, Tarde, Bernays, Lippman ou Tchakhotine. Bernays, par ailleurs neveu de Freud, est un praticien et un théoricien de l'opinion dont les

écrits et l'activité de public relations posent avec insistance la question de la propagande, de la rumeur et autres phénomènes d'opinion.

Dans ce même contexte nord-américain du XXe siècle, Lippman auteur de l'ouvrage *Public Opinion* (1922) met en évidence la force des images et des stéréotypes qui animent la formation-transformation de l'opinion. Le livre de Tchakhotine paru en 1939 *Le viol des foules* par la propagande politique reprend en la radicalisant la thèse de la passivité des foules, interrogeant ainsi de manière intense son articulation avec la perspective démocratique. Ce faisant, se développe l'idée d'une démocratie d'opinion fondée sur l'écoute d'une supposée demande sociale.

## **Fiche Cours/ Master 2 Sociologie de la Communication**

### **Sondage d'Opinion publique**

#### **Mesure pour mesure**

La principale dérive de la réflexion menée sur l'opinion publique consiste peut-être dans la question des sondages. Il n'est pas interdit de penser dans la foulée de Blondiaux que la dimension instrumentale a anesthésié la dimension théorique malgré quelques appels tel celui de Blumer (1947), la pratique généralisée des sondages ayant, au cours du xxe siècle et de part et d'autre de l'Atlantique, mis sous le boisseau un courant de recherche que Habermas et Bourdieu ont réanimé fortement.

L'invention du sondage, au départ dans une perspective de renforcement du processus démocratique, se transforme au fil du temps en culte incontesté de la connaissance de l'état de l'opinion : mesure pour mesure... Le règne des sondages repose sur une logique du nombre et sur une construction statistique qui fait ainsi évoluer la question de l'opinion publique : activité de jugement versus multiplicité des opinions, dynamique qualitative et interprétative versus mesure et quantification des opinions.

L'invention des sondages et le rôle décisif de Gallup (1935) marquent l'invention d'un instrument dont son concepteur estime qu'il permet l'accès direct à un phénomène supposé préexistant (l'opinion des citoyens) dont les gouvernants et le peuple doivent avoir connaissance. Si la statistique sociale existe bien dès le xixe siècle en tant qu'outil d'information et de décision des gouvernants, la nouveauté que représentent les sondages consiste dans leur publicisation : les informations données sur l'état de l'opinion ne sont plus confinées mais exposées en public, rendant ainsi possible une réflexivité collective. En ce sens le sondage est fondamentalement une opinion publiée.

Au tournant du xxe siècle s'affirme avec force aux États-Unis la volonté de connaître précisément l'opinion, de la mesurer dans la perspective d'améliorer l'art de gouverner et de renforcer le processus démocratique. Après Bryce (1888), prophète des sondages dans lesquels il voit un outil capable de renforcer le processus démocratique (éclairer les décideurs en dehors des moments d'élection), et Dewey (1927), réfléchissant sur « le public et ses problèmes », Gallup invente la technique qui permet selon lui de retrouver la pratique ancienne des Town Meetings fondateurs de la nation américaine : rêve d'une démocratie directe ou de proximité dans laquelle les habitants se rassemblent pour échanger librement leurs opinions sur le vivre ensemble. Gallup opère une conjonction réussie entre un idéal et un outil de mesure, entre une construction politique et une construction technique. Le succès de la technique des sondages, très tôt consacrée aux États-Unis puis importée en France notamment par Stoetzel (créateur de l'Ifop puis de la Sofres), est – malgré quelques déconvenues – à la hauteur des espoirs.

La généralisation des sondages et son cortège d'enquêtes régulières scandent la vie nationale et internationale, l'eurobaromètre créé en 1973 donnant à voir les tendances d'une opinion publique élargie. La vie politique et le fonctionnement des médias sont les principaux commanditaires de sondages, animant une véritable industrie dont les principaux protagonistes sont l'État, les médias et les entreprises. Wolton (1996) voit dans ce mouvement la disparition d'une valeur et l'avènement d'une marchandise courtisée par des décideurs en mal d'influence.

## Critique des sondages

La critique des sondages rebondit ainsi et se situe désormais sur plusieurs plans.

**1-La critique technique** met l'accent sur le dispositif statistique mobilisé par les instituts de sondage et vise une plus grande rigueur et une meilleure fiabilité des sondages notamment en situation électorale. Quelques échecs flagrants (cf. les élections présidentielles françaises de 1995 et 2002) ont invité à revisiter la méthodologie des sondages et, partant, d'un pan des sciences sociales interrogées sur la constitution d'échantillons dits représentatifs, sur la construction de modes de questionnement et de relation. Le recueil d'opinions via Internet pose un certain nombre de problèmes non résolus tandis que l'analyse de la blogosphère suscite des méthodologies spécifiques. Il existe aujourd'hui différents instruments permettant de cartographier la blogosphère (tel Lexis Nexis), reposant sur le scan et le filtrage des opinions en circulation à partir de mots-clés qui servent d'indicateurs d'une préoccupation croissante ou d'une controverse en cours.

**2-La critique philosophique** rappelle la dimension spéculative et artefactuelle de sondages qui invitent à prendre la carte pour le territoire et confondent avis et comportement. Noelle-Neumann a souligné la dynamique de l'anticipation du jugement des autres en présence et donc la pression muette mais forte du point de vue dominant susceptible de conduire à une spirale du silence. D'autres penseurs interrogent la force supposée du déclaratif et invitent à s'intéresser à d'autres matériaux d'analyse (tracts, gestes).

**3-La critique politique.** Le règne des sondages selon certains contribue à désamorcer la force de la critique sociale et autorise son utilisation voire sa récupération à d'autres fins. D'autres voient dans la généralisation des sondages une manière de circonscrire les objets d'attention, et partant, d'exclure du champ de l'interrogation des préoccupations fondamentales.

**4-La critique sociologique.** L'article de Bourdieu paru en 1973, « L'opinion publique n'existe pas », ne contient pas toute la critique sociologique mais exprime avec force la critique d'une fiction organisée (les sondages) qui repose sur trois présupposés majeurs. D'une part, les sondages présupposent que chacun est susceptible d'avoir une opinion sur tout. D'autre part, ils reposent sur le principe que toutes les opinions se valent. Enfin, ils présupposent un consensus sur l'opportunité de poser telle question à tel moment.

Ni totalement apathique ni mobilisée en permanence, l'opinion publique est autant mesurée que mesurante, objet et sujet de jugement. Sa dynamique est faite de paroles et de silences, d'inclusion et d'exclusion, de publics et de contre-publics. Retrouver la force d'une puissance de jugement derrière des pourcentages affinés et des outils sophistiqués, revenir à la question de l'opinion publique en la dissociant de celle de l'audience, interroger les pratiques de débat et modes délibératifs contemporains, remettre au centre la question de l'échange entre les hommes, telles sont les voies d'analyse contemporaine.