

L'opinion et ses publics

Une approche pragmatiste
de l'opinion publique

Mathieu Brugidou

Préface de Nonna Mayer



SciencesPo.
Les Presses

*L'opinion
et ses publics*

L'opinion et ses publics

*Une approche pragmatiste
de l'opinion publique*

Mathieu Brugidou

Préface de Nonna Mayer



SciencesPo.
Les Presses

Catalogage Électre-Bibliographie (avec le concours de la Bibliothèque de Sciences Po)

L'opinion et ses publics. Une approche pragmatiste de l'opinion publique / Mathieu

Brugidou – Paris : Presses de Sciences Po, 2008.

ISBN 978-2-7246-1018-5

RAMEAU :

- Opinion publique
- Sondages d'opinion

DEWEY :

- 303.2 : Opinion publique – Mesures et études

Public concerné : public intéressé

La loi de 1957 sur la propriété intellectuelle interdit expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit (seule la photocopie à usage privé du copiste est autorisée).

Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, du présent ouvrage est interdite sans autorisation de l'éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 3, rue Hautefeuille, 75006 Paris).

© 2008, PRESSES DE LA FONDATION NATIONALE DES SCIENCES POLITIQUES

Table des matières

<i>Remerciements</i>	7
<i>Préface de Nonna Mayer</i>	9
<i>Introduction</i>	13
• Nouveaux paradigmes de l'opinion publique	16
• Les deux sens du public	21
• L'opinion et ses publics	31

I - LES COMPÉTENCES DES PUBLICS COMMENT LES PUBLICS MÈNENT-ILS L'ENQUÊTE ?

<i>Chapitre 1 / NOUVEAUX PARADIGMES, NOUVEAUX DISPOSITIFS D'ENQUÊTE</i>	37
• Discours public et discours du public	38
• Les caractéristiques de l'opinion publique sondagière	40
• Le sondage d'opinion comme épreuve	44
• L'enquête expérimentale	47
<i>Chapitre 2 / COMMENT ANALYSER UNE QUESTION OUVERTE ?</i>	53
• Compter	55
• Des classes aux thèmes	60
• Donner du sens	61
• La sociologie des publics	68
• Un débat fondateur pour l'étude de l'opinion publique	71
<i>Chapitre 3 / ARGUMENTS ET SYLLOGISMES</i>	73
• Des réponses « raisonnables »	74
• Des réponses argumentées	78
• L'appel aux valeurs	81
<i>Chapitre 4 / MISE EN RÉCITS</i>	87
• Les motivations du vote	88
• La construction d'une typologie	90

II - LES PUBLICS EN ACTION

COMMENT LES PUBLICS SE COORDONNENT-ILS DANS L'ACTION ?

<i>Chapitre 5 /</i> LES PASSEURS D'ÂMES	101
• Épitaphes	102
• Des représentations socialement déterminées	106
• Des représentations idéologiquement organisées	125
• « Je me souviens »	130
<i>Chapitre 6 /</i> LA RECHERCHE DES RESPONSABILITÉS POLITIQUES	135
• Les « histoires causales » et l'environnement	136
• La recherche des causes et de la responsabilité politique	137
<i>Chapitre 7 /</i> LA MOBILISATION	153
• La question de l'opinion publique territoriale	154
• Des lieux communs pour se mobiliser	160
• La justification : public et groupe statistique	174
<i>Conclusion /</i> LE PUBLIC COMME FORME DE COORDINATION	183
• Une compétence distribuée	185
• Publics éphémères, communautés interprétatives et groupes mobilisés	189
• Un programme de recherche	191
<i>Bibliographie</i>	195
<i>Annexes</i>	201

Remerciements

Commencé alors que je travaillais en institut de sondage, écrit grâce au soutien d'EDF R&D et du CNRS, cet ouvrage est le fruit d'une dizaine d'années de travail et de collaboration. Je tiens à remercier collectivement deux équipes, industrielle et académique, qui ont rendu cette recherche possible et qui sont pour beaucoup dans les résultats que je présente :

- le Groupe de recherche Énergie, technologie et société d'EDF R&D, particulièrement Xavier Marc pour sa passion des sondages, Isabelle Ras qui a animé un programme d'études sur le Lot, Caroline Escoffier, qui est pour beaucoup dans le dernier chapitre et avec qui j'ai mené de nombreux travaux en collaboration et Arthur Jobert qui a dirigé un projet de recherche où l'esprit a soufflé ;
- l'équipe Pacte-CNRS de Grenoble, notamment pour la réflexion sur les méthodes Annie-Claude Salomon, Michelle Moine, Philippe Caillot, sans oublier le soutien sans faille et amical de Bernard Denni et Bruno Cautrès.

J'ai par ailleurs discuté tout ou partie des idées présentées dans ce livre avec Loïc Blondiaux, Bernard Denni, Jacques Gerstlé, Laurence Kaufmann et Nonna Mayer - on trouvera une trace de ma dette intellectuelle dans les références nombreuses à leurs travaux. Sans se référer à un ouvrage particulier, les travaux et les idées de Daniel Boy, Jacques Jenny, Dominique Labbé, Pierre Le Queau et François Rastier m'ont souvent aidé.

Ce livre a été relu, commenté et critiqué par Nicolas Benvegno, Arthur Jobert, Nonna Mayer, Magali Pierre et Edmond Preteceille. Que tous ici trouvent l'expression de ma reconnaissance.

Je souhaite au passage souligner l'intérêt d'une recherche et développement en sciences sociales solidement articulée à la recherche fondamentale et j'exprime ma gratitude envers les institutions et les personnes qui soutiennent une telle entreprise dans des temps qui ne sont pas toujours cléments.

Je dédie ce livre à ma mère Édith Brugidou-Godot qui me demande souvent avec intérêt ce que je fais et que mes réponses approximatives ne découragent pas. Enfin, ce livre est dédié à Magali et à mes enfants Élias et Manon, pour qui j'ai eu envie d'écrire cet ouvrage.

Préface

On compte en France en moyenne un millier de sondages publiés par an, sur les sujets les plus divers¹. Mais depuis l'affirmation provocante de Pierre Bourdieu, « L'opinion publique n'existe pas² », les controverses sur ce qu'ils mesurent exactement n'ont pas cessé. Dressant un bilan des critiques les plus courantes adressées aux sondages d'opinion, Loïc Blondiaux les regroupe en quatre catégories³ : l'opinion publique est ou devrait être informée, spontanée, concertée et organisée. Or les questions de sondage portent sur des sujets sur lesquels les personnes interrogées sont inégalement informées et souvent sans opinion, les réponses sont provoquées, elles sont obtenues en privé, sans discussion ou délibération publique préalable, de la part d'individus atomisés, extraits des groupes et collectifs qui structurent la société. À partir de ce constat toutefois deux postures sont possibles. La première consiste à délégitimer tout sondage, la seconde à perfectionner l'instrument. Aux États-Unis en particulier un fort courant de recherches expérimentales sur l'opinion publique s'est développé depuis vingt ans⁴, qui tente de rapprocher les conditions de formation et d'expression des opinions dans l'entretien de sondage de celles de la vie réelle, en ciblant des publics, en modifiant la formulation des questions, en apportant de l'information et des arguments, en réintroduisant le débat, en faisant interagir enquêteur et enquêté. Le présent ouvrage s'inscrit dans ce courant, encore peu développé en France⁵. Inspiré par la philosophie pragmatique de John Dewey⁶,

1. Voir l'inventaire savoureux qu'en dresse Patrick Lehingue dans Subunda. Coups de sonde dans l'océan des sondages, Paris, Éditions du Croquant, 2007.

2. Les Temps modernes, 318, janvier 1973, p. 1295-1309.

3. Loïc Blondiaux « L'opinion publique » dans Anne-Marie Gingras (dir.), La Communication politique. État des savoirs, enjeux et perspectives, Montréal, Presses de l'Université du Québec, 2003, p. 137-158

4. Paul M. Sniderman, « Les nouvelles perspectives de la recherche sur l'opinion publique », Politix, 1998, 11 (41), p. 123-175 [traduit de « The New Look in Public Opinion Research », dans Ada Finifter (ed.), The State of The Discipline II, Washington (D. C.), The American Political Science Association, 1993].

5. Xavier Marc et Jean François Tchernia (dir.), Étudier l'opinion, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2007.

6. Voir notamment The Public and its Problems, New York (N.Y.), H. Holt, 1927, réponse à Walter Lippmann, Phantom Public, Basingstoke, Macmillan, 1925.

il invite à redécouvrir la notion de « public » et à ajuster les dispositifs d'enquête en ce sens.

Un public peut se définir comme la confrontation, éphémère ou durable, d'opinions autour d'une controverse. Il y a autant de publics que d'enjeux. Ce public n'est pas donné une fois pour toutes, il se construit dans l'interaction et la prise de conscience de ses participants. Que cette interaction ait lieu en face à face ou « à distance » au sens où l'entendait Gabriel Tarde à propos des lecteurs d'un journal⁷, les opinions ne s'additionnent pas, elles s'ajustent. Et le sondage est précisément un « dispositif d'ajustement » des opinions. On répond en fonction de ce qu'on pense mais aussi de ce qu'on croit que les autres pensent, ou ne pensent pas, selon ce que nous en savons par nos conversations mais aussi par les sondages, les médias, les interventions dans le débat public. On répond en sachant que sa propre parole a son tour va avoir des conséquences publiques, que le sondage sera sans doute publié et commenté, bref comme le rappelle l'auteur « Répondre à un sondage, c'est d'une certaine manière s'exprimer en public » (*infra* p. 14). C'est l'ensemble de ces interactions, ce processus complexe de construction des opinions et des publics que Mathieu Brugidou reconstruit, à partir d'exemples concrets empruntés aux controverses qui ont trait au nucléaire, à l'aménagement du territoire, à l'environnement ou à l'héritage mitterrandien.

Sur le plan méthodologique l'exercice est exemplaire. Pour mieux saisir ces interactions l'auteur a privilégié les questions ouvertes, qui permettent à la personne interrogée d'exprimer librement sa pensée hors du cadre pré formaté des questions-réponses du sondage courant. Il territorialise ses enquêtes, resituant le public dans son espace d'interactions. Il favorise les questionnements répétés, permettant de suivre les évolutions des opinions dans le temps. Il différencie les questions selon les publics (local ou national, usagers ou décideurs, etc.). Il met en œuvre des formes de sondage interactives, qui permettent à l'enquêteur de tester différentes formulations de la question, d'adapter le questionnement aux réponses, et tester la cohérence de ces dernières en proposant des arguments et des contre arguments. Et il procède à un traitement rigoureux et systématique des réponses. Les résultats sont passionnants, montrant que même sur des sujets techniques les personnes interrogées ont leur mot à dire, qu'elles sont

7. « Comme une collectivité purement spirituelle, comme une dissémination d'individus physiquement séparés et dont la cohésion est toute mentale », Gabriel Tarde, *L'Opinion et la Foule*, Paris, PUF, coll. « Recherches politiques », 1989, p. 9 [1^{re} éd. 1901].

effectivement capables de se faire une opinion, de porter des jugements, voire d'imposer leur point de vue et de se mobiliser collectivement.

Sur le plan philosophique, Mathieu Brugidou renoue ainsi avec la conception optimiste que se faisait John Dewey du public, aux antipodes de la conception « réaliste » de Walter Lippmann, qui y voyait une masse incompétente, manipulable à merci par les médias, et les élites. Il croit à la capacité des citoyens dits « ordinaires » à construire ensemble un « espace de sens » partagé, et de se prononcer sur le bien commun.

À l'heure où l'on redécouvre les « jurys citoyens » et la démocratie délibérative, où Internet favorise la création de nouveaux espaces de débat, *L'Opinion et ses publics* tombe à point. Elle permet de dépasser le dialogue de sourds entre ceux qui font des sondages sans les critiquer et ceux qui les critiquent sans en faire. L'auteur invite à regarder autrement ce qui se joue dans l'acte apparemment si banal de répondre à une question de sondage. Il montre à quelles conditions une autre relation est possible entre experts, citoyens et pouvoirs publics.

Nonna Mayer

Introduction

Pour de nombreux sociologues¹, l'opinion publique n'existe pas, il s'agit seulement d'un artefact, d'un fait artificiel créé par des instruments, les sondages, chargés de la saisir. Ce livre veut reprendre à nouveaux frais ce débat ancien des sciences sociales en avançant la proposition suivante : si *l'opinion publique n'existe pas*, on assiste en revanche, et de plus en plus, à des controverses qui créent leurs propres publics. Les dispositifs de mesure et d'observation de ces faits sociaux doivent de ce fait changer de perspective : il s'agit désormais moins de rendre compte d'une opinion publique une et indivisible, armé d'outils tels les attitudes et les variables sociologiques lourdes, que de restituer la dynamique des arguments et la plasticité des publics.

Les sociétés démocratiques contemporaines sont caractérisées par la diversité et le nombre des problèmes qui émergent dans l'espace public local ou national : affaire du sang contaminé, vache folle, amiante, conflits d'aménagement mais aussi, dans un registre moins sociotechnique et plus classiquement politique, crise des banlieues, réforme des retraites, carte scolaire, etc. Autant de problèmes qui suscitent de la part de différents groupes – représentants politiques, médias, associations, entreprises, etc. – de fortes controverses nourries d'arguments et de contre-arguments, mais aussi de récits et de symboles. La dynamique de ces controverses ne réside pas tant dans une opinion publique fantôme qu'elles prendraient à témoin, que dans les publics qu'elles créent et qu'enrôle la force des discours. Des publics se forment en effet parce que des individus et des groupes sont plus ou moins attentifs à la controverse, intéressés à trouver des causes, et parfois des responsables, à un problème qui, pensent-ils, les concerne. De tels publics ne sont pas seulement composés de porteurs d'attitude ou d'intérêt à propos d'un enjeu. Ils sont créés par les prises de paroles convergentes d'individus qui ajustent leur opinion dans la figure réflexive du public, se reconnaissant ainsi comme membres d'un même

1. Aux premiers rangs desquels, on trouvera aux États-Unis Herbert Blumer, « *Public Opinion and Public Opinion Polling* », *American Sociological Review*, 8, 1948, p. 542-550 et en France, Pierre Bourdieu, « *L'opinion publique n'existe pas* », art. cité.

public. Dans cette perspective, l'opinion n'est donc ni une attitude, ni un comportement qu'il s'agirait de prédire.

Le sondage d'opinion constitue un des dispositifs d'ajustement collectif de l'opinion les plus puissants dont nous disposons à côté des médias. Toutefois, à la différence de ces derniers, il ne constitue pas seulement un reflet de l'opinion commune sur lequel régler sa propre opinion, mais aussi une scène du débat public. Répondre à un sondage, c'est d'une certaine manière s'exprimer en public. D'abord parce qu'à l'instar du lecteur de la presse ainsi que l'avait noté Gabriel Tarde², le répondant est conscient de ne pas être seul à participer à une enquête d'opinion. Ensuite, parce qu'il sait que ces résultats seront le plus souvent publiés et feront l'objet d'un commentaire public. Enfin, parce que l'horizon défini par la publicisation de l'opinion imprime à sa prise de position une forme particulière : le sujet – définir le bien commun – comme l'auditoire – universel – déterminent un registre de discours lui-même public. Autrement dit, les règles et la « grammaire » que nous respectons en répondant à un sondage ne sont pas celles d'une prise de parole privée : notre position de citoyen doit à la fois être « personnelle », s'enraciner dans un « je pense » et s'avérer compatible avec les valeurs de la communauté politique à laquelle nous appartenons.

Pour vérifier ces thèses, cet ouvrage souligne la nécessité d'adapter les dispositifs d'enquête au *public* plutôt qu'à l'*opinion publique* : il ne s'agit pas ici en effet de mesurer les attitudes d'un échantillon dit « représentatif » mais de restituer la parole des « agents ordinaires », leurs images, leurs récits et leurs arguments, qui forment des « lieux communs » sur un problème et d'identifier ainsi des publics. Ceux-ci sont alors définis comme des *formes de coordination collective* qui peuvent comporter trois dimensions analytiquement distinctes : le partage d'une identité, l'accord sur un diagnostic du problème (cause, responsabilité, solution) et l'engagement dans une action collective. Par exemple, lors d'une controverse née d'un projet de ligne électrique à très haute tension, on a vu des viticulteurs, soucieux de défendre l'image et le capital économique d'une appellation contrôlée, s'entendre avec des associations de défense du patrimoine et des « vieilles pierres » mais aussi avec des « néoruraux » cherchant à préserver un cadre de vie, menacé selon eux par le projet, à travers une défense commune du paysage. Ce *cadrage* partagé des intérêts autour de l'idée que les habitants du territoire ont en commun un patrimoine symbolique (le paysage comme « identité » du *pays*) a permis d'agrèger des intérêts *a priori* différents et suscité une forte mobilisation des habitants

| 2. Gabriel Tarde, L'Opinion et la Foule, op. cit.

du territoire contre le projet de ligne. Ces connexions entre des mondes sociaux hétérogènes se sont réalisées malgré des antagonismes de valeurs et d'idéologies parfois importants – que l'on songe par exemple à l'alliance entre des viticulteurs, sensibles aux thématiques de Chasse Pêche Nature et Traditions et des néoruraux pour certains proches des écologistes.

Les « opinions », quand elles existent, sont en effet toujours contextualisées et la prise de parole constitue leur seul mode d'existence. L'opinion ne réside donc pas dans la solitude du for intérieur mais au contraire dans l'extériorité de la culture et dans le tumulte de la controverse. Le sondage doit donc retrouver à travers les interactions entre les questions fermées-ouvertes et leurs réponses (prises de position et justifications) la dynamique de ces controverses. La raison statistique sert alors moins les buts de la représentation politique (où un homme égale un vote) que ceux de la démocratie délibérative où il s'agit plutôt de rendre à une *voix* (qui s'exprime plus ou moins fortement) ses raisons.

Ces propositions peuvent être éprouvées à propos de problèmes aussi différents que ceux de l'avenir du nucléaire et des différentes raisons qui peuvent justifier son maintien ou son arrêt, de l'image apparemment consensuelle de François Mitterrand au lendemain de sa mort, des représentations de l'environnement au seuil du politique lors de la campagne présidentielle de 2002 ou d'un conflit d'aménagement dans le Quercy-Blanc.

Mais la compréhension de ces thèses sur la compétence et l'action des publics et sur les dispositifs d'enquête propres à les décrire, doit d'abord s'appuyer sur une théorie du public. C'est pourquoi, avant de présenter le plan de l'ouvrage qui déploie et argumente ces propositions, il convient de revenir sur les notions d'opinion publique et de public en suivant les travaux de John Dewey³. Ce philosophe américain, confronté au début du *xx*^e siècle à l'avènement de la « Grande Société⁴ », propose en effet une reformulation radicale de la question de l'opinion publique.

3. John Dewey, *The Publics and its Problems*, op. cit.

4. « Celle-ci désigne d'abord le monde moderne marqué par la découverte scientifique, l'urbanisation et la mobilité des individus, la création de grands marchés internationaux et la guerre mondiale », Joëlle Zask, « Pourquoi un public en démocratie ? Dewey versus Lippmann », *Hermès*, 31, 2001, p. 64.

Nouveaux paradigmes de l'opinion publique

Le sondage n'a pas toujours été la forme privilégiée d'expression de l'opinion publique : Loïc Blondiaux⁵ a montré comment ce dispositif sociotechnique s'est imposé à partir des années 1930 aux États-Unis, et un peu plus tard en France (à partir des années 1950). Cette technique d'enquête entre en effet en concurrence avec d'autres modes de représentation de l'opinion qu'elle a fini par surclasser : que l'on songe à l'opinion telle qu'elle est exprimée par les journalistes, les porte-parole de groupes d'intérêt, les hommes politiques ou telle qu'elle est reconstituée par l'historien à partir d'indices convergents et de preuves diverses.

Ce succès s'explique en partie par le fait que le sondage n'est pas simplement un dispositif permettant d'objectiver l'opinion : en s'imposant comme instrument de mesure, il a aussi validé une définition théorique et savante de l'opinion publique « *comme somme des opinions individuelles et comme ensemble complexe de clivages entre des groupes à l'intérieur de chacun desquels les individus émettent des opinions identiques*⁶ ». Cette définition « comportementaliste », née des apports du béhaviorisme et de la psychologie sociale, ne va pourtant pas de soi. Si tout le monde s'accorde à penser que l'opinion publique, comme figure conceptuelle, est bien consubstantielle à la démocratie, « parler avec précision de l'opinion publique est une tâche qui n'est pas sans ressemblance avec celle qui consiste à en venir aux prises avec le Saint-Esprit », ainsi que le remarque Valdimer Orlando Key⁷.

Un bref aperçu sur l'histoire de la notion comme sur celle des dispositifs de mesure permet de mieux comprendre cette difficulté.

Elisabeth Noëlle Neumann⁸, retraçant l'histoire de la notion d'opinion publique depuis le XVII^e siècle, a mis en évidence dans la littérature politique et sociologique l'importance d'une première définition, péjorative, selon laquelle comportement et opinion seraient déterminés « de l'extérieur » par un climat d'opinion jouant le rôle d'une instance de régulation et de

5. Loïc Blondiaux, *La Fabrique de l'opinion, une histoire sociale des sondages*, Paris, Seuil, 1998.

6. Voir Joëlle Zask, *L'Opinion publique et son double, II. John Dewey, Philosophe du public*, Paris, L'Harmattan, 1999.

7. Valdimer O. Key, *Public Opinion and American Democracy*, New York (N.Y.), Alfred A. Knopf, 1961, p. 7-8.

8. Elisabeth Noëlle Neumann, *The Spirale of Silence. Public Opinion, our Social Skin*, Chicago (Ill.), The University of Chicago Press, 1984.

contrôle social. Dans la deuxième moitié du XVIII^e siècle, l'émergence d'une critique populaire du gouvernement royal favorise la naissance d'une nouvelle culture politique : l'opinion comme principe de légitimation et de critique extérieure au gouvernement y est définie comme un « tribunal de la raison » et une « force invisible et irrésistible⁹ ». Cette définition se réfère à une opinion « éclairée », celle d'une force politique montante – la bourgeoisie – et doit être distinguée de l'opinion « commune », celle de la « masse ». Pourtant, il existe dès cette période une ambiguïté sur la nature de l'opinion publique : parle-t-on de l'opinion éclairée ou de celle, réputée irrationnelle, du plus grand nombre ? Cette ambivalence de l'opinion va perdurer et accompagner l'histoire de l'entrée des masses en politique. La démocratisation croissante de la société ira en effet de pair avec un effacement progressif de la frontière entre des élites éclairées (la sphère publique bourgeoise) et les « masses » incultes.

L'histoire des dispositifs de contrôle et de surveillance de l'opinion publique, si elle montre la permanence d'une volonté de mesure et de connaissance – voire de domestication – de l'opinion publique par les élites, met d'abord en évidence l'hétérogénéité des pratiques jusqu'à l'invention des sondages. Ces derniers s'imposent en s'appuyant sur une double légitimité : la *représentativité statistique*, en décrivant, à partir d'échantillon « représentatif » d'un point de vue statistique, une opinion agrégée, somme des opinions individuelles, et une *représentativité politique*, sur le principe « un homme égale une voix ».

Une première série de critiques, que l'on peut qualifier de sociologique, va contester la définition dominante de l'opinion publique « sondagière ». Elle s'attaque à la dimension psychologique de cette opinion notamment à travers son approche individualiste : la société n'est pas composée d'atomes mais de groupes plus ou moins organisés. Cette critique portée aux États-Unis par le sociologue Herbert Blumer à la fin des années 1940 oppose notamment les actions individuelles et collectives ; elle conteste par ailleurs une définition performative de l'opinion publique : celle-ci est décrite telle qu'elle devrait être selon la théorie démocratique libérale – un agrégat d'opinions individuelles – et non telle qu'elle l'est concrètement – l'expression de groupes sociaux.

En France, Pierre Bourdieu et Madeleine Grawitz¹⁰ reprennent en partie les termes de cette critique sociologique qui cherche à affaiblir deux pos-

9. Loïc Blondiaux, *La Fabrique de l'opinion*, op. cit., p. 46.

10. Madeleine Grawitz, « *Les sondages d'opinion politique* », *Revue des travaux de l'Académie des sciences morales et politiques*, 1^{er} semestre 1972, p. 99-108.

tulats, l'universalité et l'égalité (déduts du concept d'opinion publique), à la base de la technique des sondages. Selon le premier, tout le monde comprendrait les questions du sondage de la même façon et tout le monde aurait une opinion sur les problèmes abordés. Or la sociologie montre que les compétences (linguistique et politique) et les intérêts pour les problèmes traités sont très inégaux et sont socialement conditionnés. Le second postulat pose qu'il serait possible d'agrèger des opinions individuelles. Or les opinions sont de nature et de valeur très différentes : la place dans le groupe, le statut social, etc., déterminent un « poids » très variable des opinions si l'on considère la « conduite collective »¹¹.

Cette approche critique a été poursuivie dans les années 1980 par des sociologues proches de Bourdieu, notamment Patrick Champagne qui a dénoncé les effets sociaux et politiques des sondages : certains acteurs en s'emparant des résultats des sondages et en les instrumentalisant notamment dans les médias, donnent corps à ces artefacts et confèrent ainsi une forme de réalité à l'opinion publique¹². Cette approche tend à remettre en cause l'assise *statistique* sur laquelle reposent les sondages en s'attaquant à l'équivalence posée entre les individus. C'est pourtant cette équivalence qui assure la représentativité de l'échantillon et permet d'agrèger les résultats.

À la fin des années 1990, et notamment aux États-Unis dans des cercles de spécialistes de l'opinion publique, a émergé une deuxième série de critiques plus normatives. Elles se fondent sur une définition plus « politique » de l'opinion publique¹³. S'appuyant une conception délibérative de la théorie démocratique, elles mettent en doute le caractère « public » de l'opinion mesurée et s'attaquent ainsi par une autre voie au paradigme comportementaliste en mettant en cause sa légitimité *politique*. L'opinion que recueillent les sondages n'est pas en effet le fruit d'une délibération et d'une discussion publique. Elle serait ainsi, d'une part, *biaisée* par les effets d'imposition de problématique et des phénomènes d'asymétrie d'information notés par ailleurs par les sociologues et, d'autre part, *illégitime* du point de vue de la théorie démocratique puisque non discutée dans l'espace public. Ces critiques s'attaquent à des notions comme celle de « personnalité sociale », ou « d'attitudes » qui enracent l'opinion dans

11. Pierre Bourdieu, « L'opinion publique n'existe pas », art cité.

12. Dans la lignée des positions de Pierre Bourdieu, Patrick Champagne, Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique, Paris, Minuit, 1990.

13. Joëlle Zask, L'Opinion publique et son double, op. cit. et James S. Fishkin et Robert E. Luskin, « Deliberative Polling and Public consultation », Parliamentary Affairs, 53, octobre 2000, p. 657-666.

un substrat individuel et latent. Les attitudes seraient certes produites par un environnement psychologique et social mais elles fonctionneraient comme une véritable « boîte noire », échappant à l'individu qui n'en a pas conscience le plus souvent comme à l'analyste qui parfois se contente de relever un lien statistique sans pouvoir l'expliquer, ni l'étayer par une théorie sociologique. Dans cette perspective, l'opinion publique serait plus perçue comme une entité collective substantielle, fruit des structures sociales – qu'elles soient morphologiques et attitudinales – que ressaisie comme le produit plus ou moins stabilisé d'un processus complexe d'interactions, la communication politique.

Ces différentes critiques tendent pour les premières à remettre en cause la validité scientifique de la notion, sans pour autant négliger son efficacité politique liée à son instrumentalisation, ou, pour les secondes, à proposer un paradigme différent de l'opinion publique. En France, les travaux théoriques de Louis Quéré¹⁴ et de Laurence Kaufmann¹⁵, reprenant une partie des acquis de l'ethnométhodologie et de la philosophie analytique, proposent une définition *discursive* et *située* de l'opinion publique peu compatible avec l'instrument et la définition « comportementaliste » et agrégée de l'opinion publique sondagière. D'autres recherches proposent des reformulations partielles du paradigme comportementaliste de l'opinion publique et reprennent en partie le dispositif technique des sondages en le faisant toutefois évoluer de manière notable. La réflexion théorique et pratique sur l'opinion publique connaît en effet aux États-Unis un renouvellement important insistant notamment sur la compétence des personnes « ordinaires », sur le caractère décisif des aspects situationnels et discursifs – voire délibératifs – dans la formation de l'opinion publique. Les sondages expérimentaux prennent ainsi acte de l'importance des effets d'information et de « cadrage » (qui proposent un éclairage particulier du problème, par exemple la sûreté pour le nucléaire) provoqués par la discussion publique¹⁶ : grâce à des apports d'information et des questions argumentées, la dimension *réflexive* de l'opinion publique est prise en compte. De manière générale, ces travaux en partie issus de la psychologie cognitive mettent en avant les capacités critiques des personnes ordinaires

14. Louis Quéré, « L'opinion, l'économie du vraisemblable », *Réseaux*, 43, 1990, p. 33-58.

15. Laurence Kaufmann, « L'opinion publique ou la sémantique de la normalité », *Langage et société*, 100, 2002, p. 49-79.

16. Gérard Grunberg, Nonna Mayer et Paul M. Sniderman (dir.), *La Démocratie à l'épreuve. Une nouvelle approche de l'opinion des Français*, Paris, Presses de Sciences Po, 2002.

soit en s'attachant à décrire les procédures de raisonnements ordinaires (procédés heuristiques, raccourcis cognitifs, etc.), soit en mettant en évidence une dimension morale dans les énoncés d'opinion¹⁷. Cette dernière dimension, bien qu'en partie de l'ordre de la conscience pratique, relèverait aussi d'une forme de réflexivité en étant mobilisé consciemment par les agents, à la différence des attitudes.

John R. Zaller¹⁸, partant d'une analyse de l'instabilité des opinions constatée dans les enquêtes, de son côté, invite à abandonner l'idée selon laquelle les citoyens posséderaient de « véritables attitudes » sur la plupart des sujets de discussion publique, suivant en cela Philipp E. Converse¹⁹. Tout en restant à l'intérieur du paradigme comportementaliste, il propose un modèle mêlant influence des élites (le discours des élites charriant des informations politiques en partie contradictoires), un intérêt faible du public pour les questions politiques impliquant une reprise plus ou moins critique des argumentations des élites et une réponse des personnes interrogées lors de l'enquête le plus souvent « à la volée », la personne sélectionnant la considération la plus immédiatement accessible au moment du sondage et ce en fonction du cadrage proposé par les questions du fait de leur formulation, de leur ordre, etc..

D'inspiration moins sociologique et plus normative, les travaux récents sur les sondages délibératifs montrent l'intérêt de ce type de sondages pour analyser les « dynamiques d'opinion », alliant l'analyse des échanges argumentatifs, que l'on croyait dévolue aux seules techniques qualitatives, et la caractérisation en termes de morphologie sociale propre aux approches macrosociologiques.

Ces différents travaux, notamment parce qu'ils proposent des approches diachroniques – en testant notamment l'effet d'apport d'arguments et d'informations – limitent les risques de réification liés à l'étude de l'opinion publique. Dans cette perspective, l'analyse des questions ouvertes paraît intéressante, elle permet de considérer les réponses « libres » des personnes interrogées et de les analyser comme autant de « discours ».

Jacques Gerstlé a proposé un bref retour sur les paradigmes de la sociologie électorale qui rend bien compte de ces différentes tentatives

17. Béatrice Hammer et Monique Wach, *La Structure des valeurs est-elle universelle?*, Paris, L'Harmattan, 2003.

18. John R. Zaller, *The Nature and Origins of Mass Opinion*, Cambridge, Cambridge University Press, 1992.

19. Philipp E. Converse, « *The Nature of Belief Systems in Mass Publics* », dans David E. Apter (ed.) *Ideology and Discontent*, New York (N. Y.), Free Press, 1964.

de redéfinition de l'opinion publique²⁰ : dans une première conception, le vote est principalement expliqué par le jeu des structures sociales – le « vote reflet » – dans une deuxième conception, le vote apparaît déterminé par des variables d'attitudes (schèmes idéologiques intégrés), il s'agit alors d'un « vote réflexe » ; dans une troisième conception, « le vote réfléchi », le vote est défini comme le fruit des variables informationnelles : effets d'information liés aux campagnes, controverses, cadrage des problèmes, etc.

Ces paradigmes successifs n'aboutissent pas à une redéfinition radicale de l'opinion publique, ils s'additionnent en fait plus qu'ils ne s'excluent : en effet « le vote réfléchi », bien qu'il prenne en compte la dimension réflexive et les interactions dans la sphère publique, n'équivaut pas « au vote rationnel car il correspond aux produits d'ajustements que l'électeur effectue entre ces prédispositions sociales et politiques à long terme et l'information même sporadique et biaisée qu'il reçoit dans le court terme ».

Ces renouvellements théoriques et pratiques s'avèrent particulièrement intéressants pour analyser l'opinion publique sur les questions environnementales et plus largement sur les controverses liées aux développements des « techno-sciences ». En effet, la « perception » de ces problèmes est assez peu structurée par des variables sociologiques lourdes et les attitudes environnementales s'avèrent par exemple très labiles et sensibles aux effets d'information et aux fortes controverses que connaît ce secteur de la vie publique. La section qui suit se propose de prolonger cette réflexion sur l'opinion publique en faisant appel à la notion de public telle qu'elle a été notamment élaborée par John Dewey.

— Les deux sens du public

Sa conception du public est une réponse à une charge très critique de l'essayiste Walter Lippmann qui dénonce une « opinion publique fantôme²¹ », en proie aux stéréotypes et condamnée à l'inaction des discours. Décevant les attentes de la théorie démocratique, le citoyen « compétent et souverain » n'existerait pas, particulièrement dans les nouvelles sociétés industrielles confrontées à une complexité croissante de la réalité sociale. L'ignorance et l'indifférence du plus grand nombre interdiraient que l'on puisse parler d'une opinion publique véritable. Pour Lippmann, il convient

20. Jacques Gerstlé, *La Communication politique, Paris, Presses de Sciences Po, 2004.*

21. *Walter Lippmann, The Phantom Public, op. cit.*

donc de limiter le rôle du public et de donner toute leur place aux experts, qui, seuls, peuvent agir en connaissance de cause.

Si J. Dewey partage le constat fait par Lippmann de l'inexistence d'un citoyen omnipotent, il défend cependant l'idée d'une participation du public. D'abord parce qu'à la différence de ce qu'avance Lippmann la théorie démocratique n'implique pas un citoyen compétent et souverain mais « au contraire repose sur la dissociation radicale entre les aptitudes individuelles et le droit de participation du public²² ». Ensuite, parce que c'est précisément la participation du public à la constitution d'un savoir collectif sur l'enjeu qui a suscité sa formation qui permet de pallier aux compétences limitées des citoyens. Pour ce tenant du pragmatisme, c'est donc par une forme d'action collective, qui voit des individus se coordonner pour constituer un public qui expérimente et mène l'enquête, qu'il est possible de remédier à ce qui n'apparaît plus dès lors que comme une « éclipse du public ».

Pour John Dewey, il existe en effet deux *sens du public* qui correspondent à des moments successifs de son autoconstitution.

« Au sens passif, le public est l'ensemble des personnes dont la liberté d'agir est menacée par les effets indirects d'activités auxquelles elles ne participent pas », nous rappelle Joëlle Zask²³. La prise de conscience parfois vague par un ensemble de personnes d'être affectée, et donc *concernée*, par un problème donne naissance à cette première figure du public. Celle-ci est en grande partie conforme au public décrit par Lippmann, dépossédé de toute forme de savoir et de pouvoir, disposant d'informations partielles voire biaisées, de stéréotypes et cantonné au vain ministère de la parole.

« Au sens actif, le public est dévolu à rétablir cette liberté par un ensemble ordonné et cohérent d'activités²⁴ ». Il s'agit pour ce public, par l'enquête, de prendre conscience de son intérêt, de porter des jugements sur ce qui doit être fait et d'apprécier l'efficacité de la politique publique mise en place pour pallier le problème.

La notion de *public* doit donc être comprise comme une tentative de réarticuler le corps social de la sociologie et le corps politique de la société, articulation mise à mal par la crise de la médiation de l'État-Nation et, dans notre perspective, par la double critique, sociologique et politique, de la notion d'opinion publique. L'expression « les deux corps » renvoie au

22. Joëlle Zask, « Pourquoi un public en démocratie ? Dewey versus Lippmann », *art. cité*, p. 65.

23. *Ibid.*

24. *Ibid.*