



Les cafés de la statistique

"La statistique éclaire-t-elle les questions de société ?"

Soirée du 8 février 2011

« La mesure de l'opinion publique »

Synthèse des débats ^[*]

Omniprésents dans les débats publics, les sondages d'opinion servent souvent de caution à des affirmations partisans. Mais qu'est-ce qu'ils mesurent au juste ? Comment passe-t-on des opinions individuelles à un résultat collectif ? L'opinion collective existe-t-elle avant le sondage, ou bien est-elle créée par lui ? Comment le public peut-il ne pas être dupe ?

Invités :

Nonna Mayer, directrice de recherche au CNRS ;

Vincent Tiberj, chercheur de la Fondation nationale des sciences politiques ;

Tous deux membres du Centre d'études européennes de Sciences Po.

Ouvrant la séance, l'animateur note qu'aux yeux de certains, d'accord avec Pierre Bourdieu, l'opinion publique n'existe pas et que, pour d'autres, l'opinion publique est ce que mesurent les enquêtes. Il faut vraisemblablement affiner ces idées et tel est le sens de la présence des deux invités, étant précisé qu'une enquête par sondage nécessite un peu de théorie mais surtout beaucoup de pratique et d'expérience.

^[*] Pour l'exposé liminaire, le présent texte est reformulé à partir des notes du secrétariat suivant le plan de l'orateur. En revanche, le contenu des échanges est structuré en quelques thèmes, sans suivre l'ordre chronologique. Par ailleurs, on a choisi de ne pas attribuer nominativement les propos échangés. Ceux-ci ont été reconstitués à partir des notes du secrétariat sans reprendre leur formulation détaillée. Lorsqu'un point est évoqué sous forme d'une question, ce qui vient ensuite ne retrace pas la seule réponse de l'invité, mais l'ensemble des contributions des participants.

Exposé des invités

Nonna Mayer

L'intervenante précise que les enquêtes par sondage dont elle s'occupe portent beaucoup sur les attitudes, les comportements, les sujets politiques, ce qui explique le choix de bon nombre des exemples qu'elle donnera.

En France, les résultats de mille sondages environ sont publiés chaque année, ce qui est loin de correspondre au nombre des sondages effectivement réalisés. Ce qui est publié déclenche beaucoup de controverses, au point que, de 1977 à 2000, la publication des résultats des sondages sur les intentions de vote était interdite dans la semaine précédant une élection. Certains voyaient dans ces sondages une pollution de la démocratie.

La polémique n'est pas nouvelle.¹ « Les limites des enquêtes par sondage sont connues. Les réponses dépendent de la manière dont les questions sont formulées et de la manière dont elles sont comprises d'un individu à l'autre. Elles sont tributaires du moment où elles sont posées. Tout le monde enfin n'a pas nécessairement une opinion sur tout, ou envie de la livrer. Pour les tenants du paradigme "minimaliste", illustré par les travaux d'un Pierre Bourdieu en France, d'un Philip Converse aux Etats-Unis, le public de masse serait globalement peu informé, ses capacités de raisonnement seraient faibles, et les opinions recueillies par les sondages, surtout dans le domaine politique, seraient souvent superficielles, instables et incohérentes, assimilables à des pseudo attitudes ou "non attitudes" (Converse, 1964 et 1971). Le développement récent des sciences cognitives a relancé le débat sur la manière dont se forment les opinions, en particulier politiques, dans le contexte particulier des enquêtes par sondage. L'américain John Zaller (1992), notamment, propose un modèle explicatif plus sophistiqué qu'on peut qualifier de "constructionniste", qui insiste au contraire sur l'excès d'informations disponibles. Nous sommes exposés à un flot d'informations et de nouvelles, souvent contradictoires. Les personnes les plus intéressées par la politique font le tri, elles en retiennent ce qui va dans le sens de leurs valeurs et de leur orientation idéologique, de manière à la fois critique et sélective. Leurs réponses seront cohérentes et stables. Mais le public, dans sa grande majorité, prête peu attention à la politique et se fait son opinion à mesure qu'il découvre les questions, puisant dans le stock d'informations disponibles en fonction de ce qu'il a en tête à cet instant. La même question posée à un autre moment du questionnaire ou d'une autre manière est susceptible de susciter une tout autre réponse. A partir de prémisses distinctes, les conclusions de John Zaller rejoignent donc celles des minimalistes.

Face à ces critiques, il y a deux manières de réagir. La première est de faire le procès des sondages et de délégitimer leurs usages. En France en particulier le débat a très tôt glissé du terrain scientifique au terrain politique et à la critique de la démocratie représentative. Le sondage d'opinion et le suffrage universel sont accusés du même biais atomistique : croire que l'opinion réelle se réduit à la simple sommation des opinions individuelles, qu'on les recueille dans l'urne ou dans le face à face de l'enquête par sondage². Ce glissement a sans doute contribué à figer sur leurs positions ceux

¹ A partir de ce point, le compte rendu reprend les propos de Nonna Mayer sous la forme d'un extrait du livre de Gérard Grunberg, Nonna Mayer, Paul Sniderman (dir.), *La démocratie à l'épreuve, Une nouvelle approche de l'opinion des Français*, Paris, Presses de Sciences po, 2002 chapitre 1 « La consistance des opinions » pp. 19-20

² On trouve chez Pierre Bourdieu une formulation particulièrement claire de cette critique, comme le montre cet extrait de "L'opinion publique n'existe pas" : "L'enquête d'opinion traite l'opinion publique comme une simple somme d'opinions individuelles qui seraient recueillies dans une situation qui est au fond celle de l'isoloir où l'individu va furtivement **prendre un bulletin, se cache, met dans l'urne, ne dit à personne pour qui il a voté**" (Bourdieu 1971 :15) (en gras le passage qui a malencontreusement sauté dans la réédition de cet article pour *Les temps modernes* (1973 :1304). Et "Tout cela conduit aussi à se demander quelle est la

qui critiquent les sondages d'opinion sans en faire, et ceux qui en font sans assez remettre en cause la technique. Une voie alternative est de vérifier systématiquement l'effet de la formulation et de l'enchaînement des questions sur les réponses, pour éventuellement modifier l'instrument. En réaction contre le paradigme minimaliste et ses derniers avatars, un large courant de recherche et d'expérimentation sur l'opinion publique s'est développé aux Etats-Unis³. Des travaux plus récents, comme ceux de Page et Shapiro (1992), Popkins (1991) ou Sniderman (1991), remettent en cause les techniques de recueil et d'analyse des opinions sur lesquelles s'appuient ces conclusions et mettent en évidence une rationalité, même limitée, des électeurs, ainsi que des rationalités différentes selon les publics, selon les enjeux, selon le contexte de questionnement dans lequel l'opinion est émise. Les expérimentations en ce domaine ont bénéficié du recours croissant au sondage par téléphone assisté par ordinateur (CATI ou computer assisted telephonic interviewing), qui permet, plus facilement que le questionnaire imprimé administré en face en face, de varier les questions, leur ordre, leur formulation d'une personne interviewée à l'autre, et de tester les effets du contexte. Il y a la technique du "stop and think", qui demande au sondé de prendre son temps et de réfléchir avant de répondre, celle du "sondage argumentatif", où l'intervieweur prend le contrepied de l'opinion émise pour tester sa cohérence, celles dites de la "manipulation de la source", présentant l'opinion comme avalisée par telle ou telle personnalité ou organisation politique. Il y a encore le sondage "délibératif" (voir Fishkin 1993 et 1995)⁴, qui consiste à interroger un panel sur un problème, puis à le ré-interroger après avoir fourni à ses membres des informations sur le sujet et les avoir fait en débattre par petits groupes. Et bien d'autres expériences encore⁵ qui ont toutes en commun de vouloir rapprocher les conditions d'expression des opinions de celles de la vie réelle, de réintroduire la réflexion et le débat, voire le conflit dans le face à face de l'entretien de sondage. »

L'intervenante donne de ces expériences quelques exemples saisissants. Ainsi, à propos des indemnités de chômage, certaines personnes les trouvent trop élevées et d'autres insuffisantes. Si aux premières ont fait valoir que beaucoup de chômeurs sont déjà dans des difficultés financières sérieuses et aux secondes que des gens peuvent être chômeurs mais disposer néanmoins de moyens confortables, un certain nombre de réponses changent. On observe la même chose à propos d'opinions sur le « trop de liberté » ou le « trop de démocratie ». On voit aussi des opinions évoluer fortement si, à la fin de l'interview, l'enquêteur se fait plus proche : « Entre nous, vous ne pensez pas vraiment que... ? », au point qu'on obtient des différences de 12 à 15 points dans les résultats quand les personnes interrogées se laissent aller ! En revanche, il y a des sujets qui révèlent de véritables conflits de valeurs et, quels que soient les questionnements, l'opinion exprimée se maintient. Voir en annexe 1 un travail d'investigation sur le port du voile par les élèves musulmanes.

Vincent Tiberj

L'intervenant montre combien serait insuffisante une démarche d'instituts de sondage qui se contenteraient, pour éviter les biais, de contrôler la stricte application des consignes par les

fonction du système électoral et quelle est la fonction de l'enquête d'opinion qui a exactement les mêmes propriétés que le système électoral. Pour dire les choses très grossièrement, je pense que le système électoral est un instrument qui par sa logique même atténue les conflits et les clivages et qui, de ce fait, tend naturellement à servir la conservation" (Bourdieu 1973 :1307). Pour une présentation détaillée des débats entourant les usages des sondages d'opinion en France, voir le livre que Loïc Blondiaux a tiré de sa thèse, *La fabrique de l'opinion* (Blondiaux 1998).

³ Si l'on excepte le travail pionnier de Jean Paul Grémy sur les effets de la formulation des questions, il n'a pas d'équivalent en France (Grémy 1992 et 1993).

⁴ Pour une discussion du sondage délibératif, voir aussi Mayer (1997) et Martin (1998).

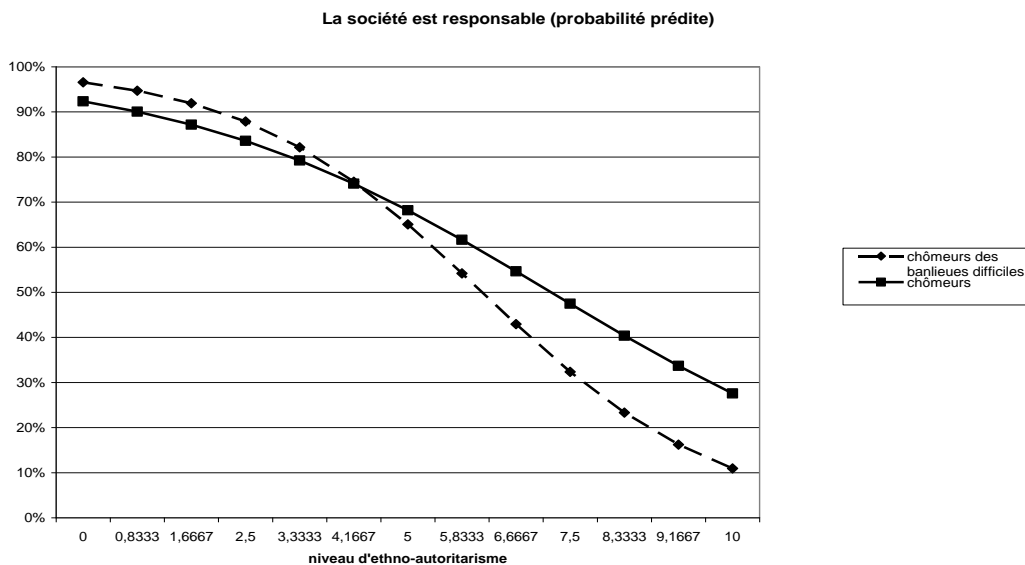
⁵ Pour une présentation très à jour du débat, voir notamment le bilan des recherches sur l'opinion publique dressé par Paul Sniderman (1993).

enquêteurs. Beaucoup de facteurs autres que la neutralité de l'enquêteur interviennent dans la réponse de la personne interrogée. L'ordre des questions influe, ainsi que celui des thématiques abordées par le questionnement. On a même pu observer aux Etats-Unis qu'un Afro-américain interrogé par un Blanc minore ses connaissances ! En tout cas la formulation des questions est déterminante, qui permet de révéler des opinions si elle est pertinente.

Dans l'exemple de l'annexe 1 sur le foulard islamique, on avait réparti les personnes de l'échantillon interrogé en quatre groupes constitués de manière aléatoire, les arguments accompagnant la question étant différents selon les groupes. Dans l'exemple qui suit⁶, relatif à la perception des banlieues défavorisées en 2005, on s'intéresse à ce qui se passe quand on fait varier aléatoirement la formulation des questions auprès d'un échantillon de personnes dont on connaît par ailleurs le positionnement sur une échelle d'ethno-autoritarisme (manière savante d'indiquer leur degré d'adhésion à des thèses racistes et de fonctionnement autoritaire de la société). L'intérêt est alors de montrer dans quelle mesure les logiques de réponse diffèrent selon que l'on utilise des questions traditionnelles ou de caractère expérimental.

Dans un premier temps, sur le critère des causes de la difficulté à trouver un emploi dans les banlieues difficiles, on teste les personnes interrogées sur les chômeurs en général puis, avec une autre question, sur les chômeurs des banlieues difficiles en particulier. La modélisation des réponses permet de constater que les deux courbes de probabilité de réponse sont proches l'une de l'autre.

Q7A : A propos de la difficulté des habitants des banlieues difficiles à trouver un emploi, laquelle de ces deux phrases se rapproche le plus de ce que vous pensez ?
 ce sont avant tout les habitants des banlieues difficiles qui ne se donnent pas les moyens de trouver du travail
 c'est avant tout la société française qui ne donne pas les moyens aux habitants des banlieues difficiles de trouver du travail
Q7B : A propos de la difficulté des chômeurs à trouver un emploi, laquelle de ces deux phrases se rapproche le plus de ce que vous pensez ?
 ce sont avant tout les chômeurs qui ne se donnent pas les moyens de trouver du travail
 c'est avant tout la société française qui ne donne pas les moyens aux chômeurs de trouver du travail

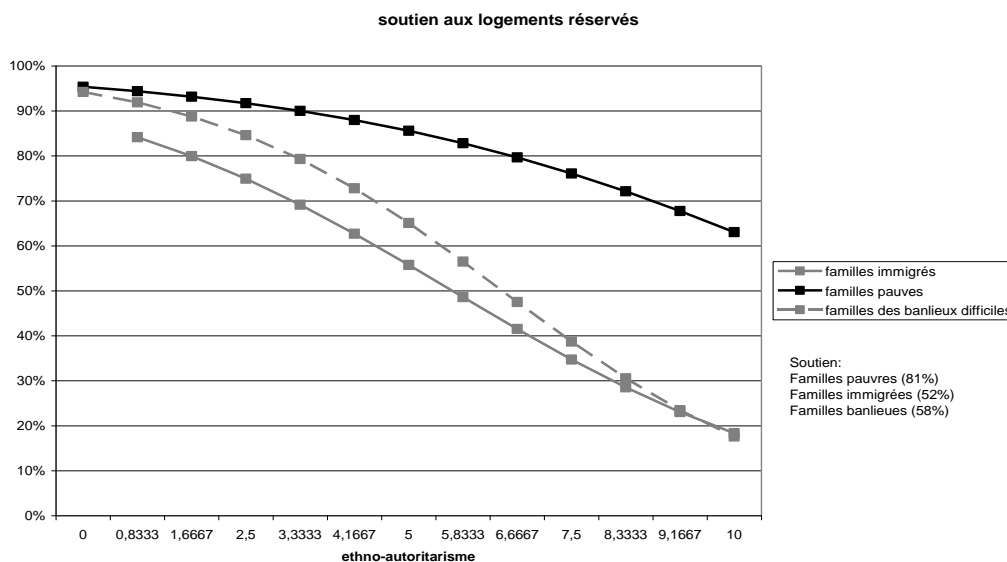


Lecture des graphes : il s'agit des probabilités prédites par le modèle de répondre que c'est « la faute à la société française » si les chômeurs ne trouvent pas du travail (question 7B) ou qu'il faut « des logements réservés » pour certains types de famille (voir ci-dessous question 19), selon le niveau d'ethno-autoritarisme de la personne interrogée (attitude de valorisation de son groupe d'appartenance et de rejet des « autres » groupes sur le mode hiérarchique-autoritaire).

⁶ in V.Tiberj "L'opinion comme cognition : la rupture expérimentale dans la *survey research*." http://cee.sciences-po.fr/images/stories/e-prints_Tiberj_04-2010_4.pdf

Dans un second temps, on mesure l'adhésion des personnes interrogées à une politique de réservation de logements sociaux aux familles pour favoriser leur insertion, mais on précise de manière aléatoire qu'il s'agit des familles immigrées, des familles pauvres ou des familles des banlieues difficiles. Cette fois, les courbes de réponse divergent d'autant plus qu'on monte dans l'échelle d'ethno-autoritarisme. L'adhésion à la réservation de logements sociaux est bien moindre lorsqu'il s'agit des familles immigrées ou des familles des banlieues difficiles, signant une assimilation entre banlieues difficiles et familles immigrées d'autant plus forte que le répondant a des propensions xénophobes et autoritaires plus prononcées.

Design expérimental :
Q19. Certains pensent que, pour favoriser l'insertion des familles [aléatoire 1], il faut 3-Réserver des logements sociaux pour les familles [aléatoire 1] dans chaque commune ou chaque quartier. Etes-vous tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord, pas du tout d'accord ?
 Aléatoire 1
 familles immigrées
 familles pauvres
 familles des banlieues difficiles



Le cadrage d'un problème pèse donc énormément sur les réponses, ce qui doit appeler l'attention sur l'impact qu'ont les débats politiques sur la formation des opinions et le degré d'adhésion du corps social à une politique mise en oeuvre.

Alors, Bourdieu avait-il raison de nier l'existence d'une opinion publique ? En fait, c'est un certain usage des sondages qui pose problème, lorsque ces derniers réduisent abusivement la complexité de la réalité, notamment en ne posant qu'une seule question. Par exemple, peut-on se satisfaire de l'affirmation péremptoire selon laquelle un tiers des Français croient en Dieu ? Dès lors qu'on affine une enquête en posant une série de questions, surtout de manière répétée dans le temps, on voit émerger des portraits plus riches et des constats instructifs, par exemple celui que le racisme baisse en France au fil du temps.

Aux États-Unis, les travaux de ces dernières décennies accréditent l'idée que les irrationalités individuelles et les manques de connaissances individuelles ne sont pas incompatibles avec de la rationalité collective.

Débat :

1 – Un peu de technique

Pour éclairer le vocabulaire utilisé, des précisions succinctes sont apportées sur les deux principaux modes de constitution des échantillons. Dans l'enquête par sondage aléatoire, on tire au sort l'échantillon des personnes à interroger directement dans la population étudiée. C'est la formule la meilleure mais elle suppose qu'on dispose de la base de sondage, c'est-à-dire de la liste complète des unités de la population considérée. Le recensement de la population fournit une telle base de sondage⁷. Dans la méthode des quotas, on veut que l'échantillon constitue un modèle réduit de la société française (connue grâce au recensement de la population) et on donne une feuille de route à l'enquêteur : il doit interviewer tant d'hommes et tant de femmes répartis d'une manière déterminée par tranche d'âge, catégorie socioprofessionnelle, etc., de façon que l'échantillon à l'arrivée reproduise les structures de la population étudiée. On voit que la méthode est exigeante : plus l'enquêteur avance dans son travail, plus il a de difficulté à trouver les personnes correspondant par leurs caractéristiques à sa feuille de route. Sans aller jusqu'au cas extrême où l'enquêteur inventerait quelques réponses pour en finir (ce qui ne serait pas si aisé !), on ne peut exclure quelques complaisances de personnes soucieuses de faire plaisir à l'enquêteur en prenant les habits de celui ou celle qu'il recherche pour respecter sa feuille de route.

L'enquête aléatoire dont l'échantillon est tiré au sort se prête bien à des calculs de précision et de fiabilité. Ce n'est pas le cas de la méthode des quotas, mais on peut faire tout de même l'hypothèse qu'à taille égale d'échantillon, l'intervalle de confiance d'un résultat obtenu par la méthode des quotas est au moins aussi grand que celui de l'enquête par sondage.

Cela dit, on ne dispose pas toujours d'une bonne connaissance des caractéristiques de la population étudiée. Par exemple, la population électorale est moins bien connue en France que la population générale ; bâtir un échantillon par quotas sur cette population est donc plus difficile mais peut néanmoins donner des résultats satisfaisants. Il n'en est pas du tout de même pour une enquête réalisée auprès de toute personne disposée à répondre comme on l'entend malheureusement sur des chaînes de radio publiques ou comme on le voit sur l'Internet ou dans certains journaux. En aucun cas l'échantillon ainsi interrogé n'est représentatif de la population générale. Tout le monde, par exemple, n'a pas un égal accès à l'Internet. Présenter les résultats obtenus dans ces conditions comme l'opinion des Français sur tel ou tel sujet relève de l'escroquerie intellectuelle. Faudrait-il interdire ces pratiques ?⁸

⁷ Plus précisément, on tire en France un échantillon de logements parmi la base de sondage offerte par les feuilles de logement issues du recensement de la population et on interroge une ou plusieurs personnes dans les logements tirés au sort. Dans les villes de 10 000 habitants ou plus, les enquêtes de recensement se font à partir d'un sondage d'adresses dans le répertoire exhaustif des immeubles de ces communes.

⁸ A la suite de la publication du rapport des sénateurs Hugues Portelli et Jean-Pierre Sueur : "Sondages et démocratie : pour une législation plus respectueuse de la sincérité du débat politique", une proposition de loi a été déposée reprenant les principales préconisations du rapport. Elle est intitulée "Proposition de loi sur les sondages visant à mieux garantir la sincérité du débat politique et électoral". Elle est signée par Hugues Portelli. Jean-Pierre Sueur a été désigné par la Commission des lois du Sénat pour en être le rapporteur. Elle doit être examinée par la Commission dès février

2 – Précautions d'usage

Même en ayant les meilleures intentions, le choix des quotas n'est pas chose aisée. Le simple fait d'ignorer (délibérément ou non) le diplôme de la personne interrogée conduit à des distorsions dans la représentation des catégories socioprofessionnelles. Quand on ajoute les difficultés liées à la formulation des questions, les éventuelles approximations de l'enquêteur au cours de la collecte, l'effet des refus de répondre à certaines questions, les mensonges dans les déclarations, les erreurs possibles dans le traitement des réponses, on voit que la maîtrise de la production d'un résultat crédible par sondage est un art pour le moins complexe !

A ce propos, un participant met en garde contre le fait que, dans les enquêtes par quotas, on ignore tout des refus de réponse. Combien d'ouvriers de 25 à 34 ans ont-ils refusé de répondre à l'enquêteur avant que ce dernier n'en trouve un de bonne volonté ? Et si ce nombre est important, peut-on admettre que ceux qui se sont dérobés pensaient à peu près comme celui qui a répondu ? La non-réponse est en soi un objet d'étude : non-réponse par principe ? par manque de connaissances ? non-réponse totale ? partielle ? Au-delà de ces aspects techniques, ajoute ce participant, la présentation des résultats par les médias laisse pour le moins à désirer. Prenons le cas de la popularité des hommes politiques : on glose sur des variations de 2 ou 3 points de la cote de Sarkozy alors que cela n'a pas de signification statistique. On ajoute que cette cote baisse de 12 points chez les jeunes ! Or, combien y a-t-il de jeunes dans l'échantillon ? Et puis, pourquoi observe-t-on que les instituts de sondage ont souvent des résultats assez stables mais différents entre eux ?

Assurément, il y a lieu de prendre les résultats des sondages avec précaution⁹. Les intervenants renchérisent sur le caractère abusif des commentaires de beaucoup de sondages. Quant aux écarts des résultats entre instituts, ils les attribuent à des différences de culture entre ces derniers, différences qui les conduisent à des traitements-maison de l'information collectée : cela peut aller du redressement statistiquement justifié des réponses jusqu'au score qu'on sollicite quelque peu pour lui donner meilleure allure...

Pour illustrer ce que peuvent être les conditions concrètes de réalisation d'un sondage par quotas, les intervenants donnent l'exemple de l'enquête téléphonique « Démocratie 2000 »¹⁰: sur 8 365 appels, 400 sont infructueux (personne ne décroche) ; suivent les refus de répondre, qui ramènent à 6 549 le nombre d'appels potentiellement fructueux ; la mise en œuvre de différents filtres et la dérobade de nombreux interlocuteurs ramènent le nombre d'appels utiles à 3 039 ; après quoi on obtient 2 148 questionnaires exploitables (un quart de la liste de départ).

Pour compliquer les choses, l'informatique a ouvert d'immenses possibilités à la collecte d'informations de toute nature, que de multiples acteurs ne se privent pas d'exploiter en leur faisant dire davantage que la rigueur statistique ne l'autoriserait. Le simple fait qu'une fraction importante de la population de plus de cinquante ans n'a pas de liaison Internet altère la représentativité de la population générale par ce mode de collecte. Cela dit, nombre d'entreprises constituent des panels tournants par quotas sur l'Internet, avec souvent à la clé une récompense (cadeaux, bons d'achat,

⁹ NDR - On pourra utilement se reporter au compte rendu du « Café » du 13 février 2007 « Peut-on croire aux sondages politiques ? » www.sfds.asso.fr/ressource.php?fct=ddoc&i=264

¹⁰ Voir *La démocratie à l'épreuve* (Grunberg, Mayer, Sniderman, 2002), p. 312..

etc.), pratique susceptible d'entraîner des réponses multiples et surtout une professionnalisation des répondants qui vont les rendre de moins en moins représentatifs de la population générale. Un participant se demande si, parmi les personnes « branchées », l'habitude d'utiliser des « alias » sur l'Internet ne conduit pas à raconter n'importe quoi dans le cadre de toute interrogation anonyme. A quoi on peut répondre que, dans une enquête un peu approfondie, il est difficile de développer une fiction cohérente pendant 45 minutes.

Les grandes enseignes de la distribution exploitent pour leur part les données collectées auprès de leur clientèle. Walmart a passé accord avec des instituts de sondage pour utiliser les informations enregistrées en caisse sur ce qu'il y a dans les chariots, en les combinant le cas échéant avec les données nominatives de la carte de fidélité ou de crédit du magasin. Ces mégabases éventuellement nominatives permettent de connaître la consommation dans les magasins de la marque mais sans le niveau de richesse qu'apporterait la connaissance des caractéristiques socioprofessionnelles des clients.

3 – Les sondages peuvent dire des choses sérieuses

Pour autant, il ne faut pas dénier toute utilité aux sondages. Au cours des dernières décennies, de nombreux travaux ont exploré les différentes facettes de la réalisation de ces investigations et montré comment on peut étudier avec sérieux le niveau et l'évolution des opinions sur des problèmes de société.

On sait que les réponses peuvent dépendre de la manière de formuler les questions, ou même de la manière plus ou moins empathique, voire complice, dont l'enquêteur les pose. Les approches cognitives et les neurosciences permettent de mieux comprendre tous ces phénomènes. L'informatique est ici un précieux auxiliaire, qui permet de changer les formulations et de multiplier les expériences à moindre coût. La conclusion est claire : il existe des attitudes qui ne bougent pas quel que soient le questionnement (on en a vu un exemple avec le foulard islamique – cf. annexe 1). Il y a donc des moyens de résister aux apprentis sorciers qui voudraient manipuler l'opinion. Le plus efficace est de donner un bon cadrage à l'enquête. De ce point de vue, l'évolution de l'opinion sur le sort fait aux Roms en situation irrégulière à l'automne 2010 est frappante. Le cadrage de départ a été une communication gouvernementale à sens unique ; puis les prises de position des contre-pouvoirs (associations, ONG, etc.) ont émergé, avec l'effet qu'on sait sur l'évolution de l'opinion.

Il faut aussi tenir compte du fait que chacun, en répondant, établit entre soi et les autres un rapport susceptible de le faire entrer dans la « spirale du silence » : je mets de côté mon opinion si je pense qu'elle est jugée minoritaire. Il est frappant de constater que peu de gens se déclarent racistes mais que beaucoup estiment que les autres le sont ; ainsi, depuis le début des années 90, plus de 80% des répondants dans le baromètre CNCDH¹¹ considèrent que le racisme est une chose très ou assez répandue en France alors même que les opinions xénophobes ne cessent de diminuer, pour atteindre un minimum historique en 2009

D'une manière générale, un problème complexe ne peut être étudié en posant une seule question. Il existe différentes voies permettant de mieux cerner la variable dite d'intérêt, c'est-à-dire qui fait l'objet de l'étude statistique, et de rechercher par quelles variables, dites explicatives, elle est influencée. Il faut parfois ruser pour y voir clair, en jouant, par exemple, sur l'effet de « désirabilité

¹¹ CNCDH : Commission nationale consultative des droits de l'Homme.

sociale » (on veut avoir une bonne image). Ainsi, Paul Sniderman a expérimenté aux Etats-Unis un moyen de contourner l'autocensure des personnes interrogées sur l'« affirmative action »¹². Un échantillon de population est partagé en deux moitiés tirées au sort ; on présente à l'un des groupes une liste de sujets en demandant à chaque personne combien de sujets de cette liste la fâchent et, à l'autre groupe, on pose la même question sur la même liste augmentée de la discrimination positive : le niveau de fâcherie est beaucoup plus élevé dans le deuxième groupe... Dans le même esprit, on évitera de confier à une jeune enquêteuse noire le soin d'interviewer un passant blanc sur ses attitudes racistes ! En tout cas ces mêmes expériences font apparaître qu'en France il y a des sujets dont une partie des gens (plutôt les moins instruits) estiment qu'on ne peut pas parler librement ; l'immigration est l'un de ces sujets.

Une autre façon d'amener les personnes interrogées à s'exprimer librement et sincèrement est d'éloigner d'elles les questions embarrassantes. Par exemple, au lieu de leur demander comment elles placent leur épargne, on leur dira : « Si l'un de vos amis disposait de 5 000 €, quels placements lui conseilleriez-vous ? ».

Tout cela ne va pas sans interrogation sur le niveau du bruit médiatique autour des événements : on peut craindre que les personnes interrogées ne se raccrochent sans grande réflexion à la moindre bribe d'information et que leurs réponses peu fondées ne nourrissent des analyses qui influent sur l'opinion. Pierre Bourdieu voyait dans le sondage un instrument de domination et distinguait l'opinion issue des sondages et l'opinion exprimée par les manifestations de rue. Après avoir été façonnée – comme le note Jean-Luc Parodi - par les notables puis par la rue, l'opinion publique le serait-elle par les sondages ? La réponse de ce chercheur et politologue est que les sondages ont une influence dans les deux sens en raison du rôle des interactions élémentaires qu'ils déclenchent dans la population. Cette influence, au demeurant, est difficilement prévisible. A l'élection présidentielle de 1981, alors que l'opinion était majoritairement favorable à la peine de mort, le candidat François Mitterrand a maintenu son projet de l'abolir (et l'a mis en pratique une fois élu). A contrario, les sondages ont plutôt aidé les politiques à franchir le pas du pacte civil de solidarité (PACS) et on voit bien au travers des sondages – sans pouvoir en prédire l'effet – que les opinions favorables deviennent plus nombreuses sur la question de l'euthanasie.

La question de l'éventuelle influence des sondages prend toute son acuité, en matière électorale, quand les scores des candidats élus et des candidats battus ne diffèrent que d'un ou deux points de pourcentage. Une étude menée aux États-Unis - où le décalage horaire entre côte Est et côte Ouest permettait que les résultats de certains Etats soient connus avant le vote dans d'autres Etats - n'a montré aucun effet convaincant : cette connaissance jouait dans les deux sens. Une autre étude, réalisée au Canada sur un volumineux panel, distinguait un effet d'information d'une part (vote stratégique) et un effet de changement d'avis (contagion) d'autre part : il est apparu que l'effet d'information était utilisé par l'électeur avant tout pour affiner sa stratégie de vote¹³. Mais ce n'est

¹² NDR - Wikipédia - La discrimination positive (« affirmative action ») correspond à l'ensemble des mesures destinées à permettre le rattrapage de certaines inégalités en favorisant un groupe ethnique ou racial par rapport aux autres, quitte à transgresser de façon plus ou moins temporaire le premier article de la déclaration des droits de l'Homme : « Tous les hommes naissent et demeurent libres et égaux en droit ». Née aux Etats-Unis dans les années 60 et 70 pour favoriser l'intégration des minorités noires et hispaniques, elle donne la priorité à ces derniers par rapport aux Blancs par un système de quotas ou de places réservées.

¹³ BLAIS A., GIDENGIL E., NEVITTE N (2006), "Do polls influence the vote?", in H.Brady, R.Johnston

pas pour autant que les conséquences collectives en soient davantage prévisibles ! Lors de l'élection présidentielle de 2002, tous les sondages voyaient les candidats Chirac et Jospin présents au 2^e tour. Du coup, environ 10 % des électeurs ont voté au 1^{er} tour pour un candidat dont ils étaient convaincus qu'il ne serait pas présent au 2^e tour et qu'au surplus ils ne souhaitaient pas voir élu ! Ce vote stratégique inversé a conduit au 2^e tour entre Chirac et Le Pen. Une expérience a été menée sur échantillon avec la technique du vote par assentiment : l'électeur choisit autant de candidats qu'il veut¹⁴. En fait, la plupart des panélistes ont choisi trois candidats au plus et l'ordre a été Chirac, Jospin, Le Pen. En 2007, le même phénomène d'anticipation d'un 2^e tour entre Royal et Sarkozy a donné une grosse prime au centre au 1^{er} tour¹⁵.

Comment gérer, demande un participant, l'accumulation des sondages par différents instituts dans le temps et comment interpréter les évolutions ? L'idéal serait, évidemment, de disposer des réponses à un même sondage pendant vingt ou trente ans. Autant dire que cet idéal est hors de portée car les questions changent sans cesse. C'est ainsi que, parmi l'ensemble des sondages sur les quatre dernières élections présidentielles en France, sept questions seulement sur les valeurs sont communes. Aux États-Unis, on trouve des séries continues depuis 1948. Il existe néanmoins des solutions techniques pour suivre les tendances lourdes des électeurs sur cinquante ans. On peut, par exemple, identifier depuis la fin des années soixante-dix une demande croissante de politiques redistributives.

Quant au nombre de sondages, dont un participant demande la raison, il est beaucoup plus élevé qu'il n'y paraît car 90 % des enquêtes ne donnent lieu à aucune publication. Ce sont avant tout des études de marché, dont l'essentiel se fait sur téléphonie mobile..

4 – Questions déontologiques

Au fil des échanges, de nombreuses questions touchant la déontologie des enquêtes ont été abordées, qui sont regroupées par thèmes dans ce qui suit.

4-1 Au stade de la fabrication de l'information

Certes, il existe une déontologie au niveau de la fabrication des sondages mais il arrive que des individus ou des entreprises pressés par le besoin de rentabilité élaborent un questionnaire en une demi-heure... Ou même qu'on mélange abusivement plusieurs choses dans la même question, comme dans un sondage sur l'appréciation des cas de déchéance de la nationalité qui mettait dans la même question la polygamie et l'assassinat de policiers. Ou encore que certains sondages soient ouvertement orientés ; ainsi des raisons déontologiques ont-elles fait écarter un sondage souhaité par la Fondation Bardot sur le commerce des fourrures.

eds. *Capturing campaign effects*, Ann Arbor, University of Michigan Press, p.263-279.

¹⁴ LASLIER J-F., VAN-DER-STRAETEN Karine (2004), "Vote par assentiment pendant la présidentielle de 2002 : analyse d'une expérience", *Revue française de science politique*, 54 (1), p. 99-130.

¹⁵ BAUJARD A., IGERSEIM H. (2007), *Expérimentation du vote par approbation et du vote par note lors des élections présidentielles françaises du 22 avril 2007. Analyses*, Strasbourg, Rapports et documents du Centre d'analyse stratégique.

Par ailleurs, un sondage d'opinion n'a de sens que là où existe la liberté d'opinion. Que penser des enquêtes qui étaient réalisées dans les pays de l'Est avant la chute des régimes communistes ou de celles qui ont lieu en Chine ? Il ne peut y avoir de sondage crédible dans les pays où l'individu n'est pas libre de sa parole ou n'existe pas en dehors de son groupe d'appartenance. Dans ce dernier cas, c'est le porte-parole du groupe qui s'exprime. Tout cela laisse dubitatif sur les résultats de grandes enquêtes internationales, pourtant faites parfois par des scientifiques ; et encore plus dubitatif quand une enquête globale sur Internet prétend comparer 500 Chinois à 500 Français !

Les pré-tests de questionnaires devraient être de règle pour s'assurer du bon fonctionnement de la collecte à venir. Et cela d'autant plus qu'on connaît l'importance de la formulation des questions dans le type de réponse qu'on obtient. Dans une enquête américaine des années trente, on avait demandé : « Les Etats-Unis devraient-ils interdire les discours contre la démocratie ? » : on a eu 21 % de « oui » ; on penserait donc que 79 % des gens voudraient autoriser ces discours. Mais en demandant : « Les Etats-Unis devraient-ils autoriser ... ? », ils ne sont plus que 52 % à répondre oui...

Une participante s'étonne qu'on ne demande jamais aux gens : « De quoi voulez-vous qu'on parle ? » afin de recueillir les préoccupations réelles de la population. En fait, cela existe mais nécessite des questions ouvertes (par exemple : « Quel est le problème le plus important pour vous au moment de voter ? ») mixées avec des questions directives.

La neutralité de l'enquêteur en cours de collecte est-elle possible, voire souhaitable ? On a vu que cette question est importante puisque la plus ou moins grande empathie envers la personne interrogée induit des réponses différentes. On a pu observer que, dans une enquête sur la richesse, certains enquêteurs n'obtenaient aucune réponse ! Des travaux ont été faits aux Etats-Unis sur ce point, en faisant poser les mêmes questions par un homme à un homme, ou par un homme à une femme, ou par un Noir à un Blanc, ou par un Noir à un Noir, etc. La conclusion est qu'il n'y a pas d'enquêteur idéal. Les instituts de sondage livrent malheureusement peu leurs constats sur ce sujet. En outre, les enquêteurs sont par principe réticents à des expérimentations qui les font sortir de leur neutralité traditionnelle et qu'ils perçoivent comme contraires à leur déontologie.

Le mode de rémunération de l'enquêteur n'est pas indifférent : est-il rémunéré au temps passé ou au questionnaire rempli ? Ce dernier cas ouvre davantage la porte à un travail moins soigneux... A noter, au passage, qu'on estime à 1 000 euros par question le coût d'un sondage. Il est légitime aussi de se demander si le fait de récompenser les personnes interrogées a des effets sur la qualité de leurs réponses.

Le traitement de l'information collectée appelle, après la collecte, de multiples précautions. Le plus souvent, il n'y a pas de contrôle des différentes étapes. Par exemple, des redressements qui devraient se faire sur une base sociologique se font ici ou là au doigt mouillé. Après quoi surgissent tous les problèmes d'interprétation des résultats. Les gros instituts de sondage, qui jouent leur réputation, sont précautionneux à toutes les étapes, mais beaucoup de petites entreprises interviennent sur le marché des sondages sans offrir des garanties suffisantes de sérieux.

4-2 Au stade de la diffusion de l'information

Les médias ont une grande responsabilité dans la manière dont ils rendent compte des sondages effectués et portent assez largement le poids des usages sociaux des sondages. On a pu montrer, à

propos d'une enquête sur le racisme, comment des nuances importantes recouvertes par de petits écarts de formulation des questions étaient gommées par des additions abusives de différentes modalités de réponse. Il y a clairement un travail d'éducation des journalistes à faire.

Dans une enquête sur les Français d'origine maghrébine, africaine et turque, qui mettait à mal beaucoup d'idées reçues, ceux-ci apparaissaient néanmoins plus machistes et antisémites que la population générale ; l'utilisation des résultats n'a pu être maîtrisée par les chercheurs et Le Figaro, se référant à 10 pages seulement sur 200 du livre publié, titra : « Les préjugés des Français Musulmans » !

En matière de sondages électoraux ou de popularité des personnalités politiques, les médias vendent trop souvent du bruit, estime un participant. Dans un sondage sur les intentions de vote pour 2012 effectué en ce moment auprès de 1 000 personnes, il faut en retrancher 100 qui ne sont pas inscrites sur les listes électorales et 300 qui n'ont pas réfléchi à la question ; il reste 600 réponses dispersées sur plusieurs partis politiques ; la « photographie de l'opinion » a un instant *t* est pour le moins très floue ! On en arriverait à se dire que les sondages dont les résultats ne sont pas publiés sont plus fiables car on peut supposer que les gens qui paient pour avoir une information entendent qu'elle soit de bonne qualité ! A quoi les intervenants répondent que la publication permet la critique.

A la question de savoir si le Président de la République est, comme on l'entend, un gros consommateur de sondages, les intervenants n'ont pas de réponse chiffrée mais notent que les commandes sont passées par le Service d'information du gouvernement (le SIG) sans que la communauté scientifique y ait accès, contrairement à ce qui se passe par exemple en Espagne. Ce qui amène un participant à dire aux chercheurs qu'ils ne doivent pas se limiter à des critiques (justifiées) à l'égard des médias, mais qu'ils devraient aussi demander à avoir accès aux conditions de réalisation des sondages. Les intervenants remarquent à ce sujet que lorsque c'est le cas ils ont parfois des difficultés à faire admettre leurs exigences méthodologiques sur la teneur du questionnaire..

4-3 Peut-on enquêter sur tout ?

Certains participants s'émeuvent du caractère indiscret des questions de certaines enquêtes : les instituts de sondage seraient-ils dispensés de respecter les règles de la CNIL (Commission nationale de l'informatique et des libertés) ? N'a-t-on pas vu récemment un maire refuser un questionnaire de l'Insee pour ce motif ? Ces questions conduisent les intervenants et l'animateur à apporter un certain nombre de précisions :

- la réponse à des questions délicates est recueillie de manière strictement anonyme, sauf consentement de la personne interrogée ; elle peut même être ignorée de l'enquêteur, la personne enquêtée l'enregistrant directement sur l'ordinateur de l'enquêteur, hors la présence de ce dernier (cf. enquête sur les conduites sexuelles) ;
- les instituts de sondage sont, bien entendu, soumis aux règles édictées par la loi et dont le respect est contrôlé par la CNIL. Voir, au sujet de la nature des questions qui peuvent être posées, l'article 8 de la loi sur l'informatique et les libertés¹⁶ ;
- la statistique publique française est animée par une volonté de compréhension de la société et réalise des enquêtes approfondies sur certains thèmes (travail des femmes, chômage, conduites

¹⁶ Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, modifiée par la loi n° 2004-801 du 6 août 2004 relative à la protection des personnes physiques à l'égard des traitements de données à caractère personnel.

sexuelles, etc.). Elle le fait dans le plus scrupuleux respect des textes, et sous le regard exigeant du CNIS (Conseil national de l'information statistique)¹⁷ et de la CNIL. Les données anonymes que fournit le citoyen qui répond à une de ces enquêtes sont infiniment mieux protégées que les traces numériques nominatives qu'il laisse abondamment avec son téléphone mobile ou son passe Navigo. Il est assez vraisemblable que le maire qui a invité ses administrés à ne pas répondre à une enquête associée au recensement (enquête à laquelle il avait nécessairement donné son accord) avait d'autres raisons de le faire que de les protéger contre l'indiscrétion des statisticiens ;

- la statistique publique bénéficie de la possibilité de rendre obligatoire la réponse à ses enquêtes. C'est, en particulier, le cas des enquêtes de recensement de la population. Dans certains pays, par exemple la Belgique, cette obligation peut être assortie de fortes sanctions pénales¹⁸ ;

- d'une manière générale, la statistique privée est sans doute moins surveillée que la statistique publique.

4-4 Que peut-on attendre des chercheurs ?

La responsabilité du contenu des sondages est assurément du côté des instituts de sondage. Mais les chercheurs doivent contribuer par leurs travaux à la fois à la pertinence des questionnements et à la bonne interprétation des résultats - notamment en fournissant aux médias une information claire et directement utilisable. C'est pour les chercheurs une véritable responsabilité sociale, d'autant plus nécessaire qu'il y a chez les médias et leurs publics une attirance partagée pour les sondages, instruments d'une connaissance chiffrée et comme telle supposée scientifique. Mais quel est le poids du chercheur dans sa critique ? Et ne donne-t-il pas aux commanditaires des sondages, au premier rang desquels les décideurs politiques, grâce à ses réflexions, des moyens de plus en plus subtils de manipuler l'opinion ? Même s'il dénonce a posteriori une interprétation perverse de certains résultats, sa mise au point viendra longtemps après que le mal aura été fait.

Face à ces dangers, seule l'information du public peut être un contrefeu efficace. De ce point de vue, les supports d'expression restent insuffisants, même si un nombre croissant de travaux mettent en garde contre des interprétations abusives des conclusions auxquelles certains sondages aboutissent. On rêve d'un site internet sur lequel les interprétations erronées ou malhonnêtes de certains résultats pourraient être dénoncées et sur lequel des travaux de chercheurs sur les sondages pourraient être rassemblés¹⁹.

Les thématiques des sondages et leur évolution mériteraient aussi de faire l'objet de recherches, mais on est loin de connaître tous les sondages qui se font, ne serait-ce que parce que beaucoup ne donnent lieu à aucune publication.

*

* *

¹⁷ Le CNIS apprécie les projets d'enquête de la statistique publique en opportunité. Il peut – c'est arrivé – recommander que la réponse à une ou plusieurs questions délicates soit facultative alors même que ces questions ne soulèvent pas de problème juridique du point de vue de la CNIL.

¹⁸ Ce qui conduit certains à penser que cette obligation entraîne des réponses mensongères.

¹⁹ Il commence à exister des choses de ce genre sur l'Internet : cf. le site de l'association Pénombre (www.penombre.org) ou les travaux – un peu polémiques - de Alain Garrigou (www.observatoire-des-sondages.org)

Au terme de ces échanges, comment définir l'opinion publique ? Selon un participant, le concept d'opinion publique est ancien mais l'époque moderne l'a rabattu sur les seuls sondages. Une appréhension plus large du concept pourrait résulter de marqueurs sociaux de l'opinion, mais en existe-t-il ? Maintenant que l'opinion publique n'est plus seulement l'opinion des élites, les sondages seraient-ils la pire des façons de mesurer l'opinion publique à l'exception de toutes les autres ?

Paraphrasant Alfred Binet²⁰, un intervenant définit pour conclure l'opinion publique comme étant ce que mesurent les sondages. Il n'exclut pas pour autant – bien au contraire - d'utiliser et de confronter aux sondages les différents moyens de recueillir des opinions. Pour illustrer son propos, il évoque les travaux de Tocqueville sur les États-Unis ; à ses yeux, Tocqueville a fait œuvre de sociologue en passant beaucoup de temps sur place, en faisant preuve de réflexion et de modestie et en utilisant tous les moyens d'investigation de son temps. Un sociologue qui négligerait aujourd'hui les sondages parmi ces moyens risquerait de passer à côté de beaucoup de problèmes. Les sondages constituent un élément de connaissance beaucoup plus utile que des rencontres et des discussions au hasard.



²⁰ Alfred Binet (1857 – 1911), pédagogue et psychologue français connu pour son apport à la psychométrie. Quand on lui demandait ce qu'est l'intelligence, il répondait : « C'est ce que mesurent mes tests ».

Annexe

Expérimentations sur l'effet de la formulation des questions en utilisant la technique du « split » ou échantillon partagé

Le port du voile par les élèves musulmanes : réponse selon le type d'argument

« Il y a des jeunes filles musulmanes qui veulent garder leur foulard sur la tête en classe. Certaines personnes pensent qu'il ne faut pas leur interdire (...). D'autres personnes pensent qu'il faut leur interdire (...). Vous-même, pensez-vous qu'il faut leur interdire ou qu'il ne faut pas leur interdire ? » :

Argument utilisé par l'enquêteur selon le groupe de personnes enquêtées	Interdire %	Ne pas interdire %	Sans réponse %	Nombre de répondants
Pas d'argument	70	28	2	(438)
Pour : parce qu'on doit respecter toutes les religions et toutes les cultures Contre : parce que le foulard est un signe d'oppression des femmes	73	24	3	(424)
Pour : parce qu'on doit respecter toutes les religions et toutes les cultures Contre : parce que l'école française est laïque	73	26	1	(450)
Pour : parce qu'il est important qu'elles puissent continuer leurs études pour s'intégrer Contre : parce que le foulard est un signe d'oppression des femmes	69	28	3	(437)
Pour : parce qu'il est important qu'elles puissent continuer leurs études pour s'intégrer Contre : parce que l'école française est laïque	68	30	2	(399)

Enquête Démocratie 2000 (G.Grunberg, N.Mayer, P. Sniderman, *La démocratie à l'épreuve*, Presses de Sciences Po, 2002, p.29-30), échantillon national de 2 148 personnes représentatif de la population résidant en métropole âgée de 18 ans ou plus, CATI, 4 mai-27 juin 2000, échantillon aléatoire fichier France Télécom, 10 rappels.