



II – La vie démocratique -

(Environ 50% du temps consacré à l'éducation civique soit 14-15 heures)

Thème 3 – L'opinion publique et les médias – Les sondages d'opinion –

Problématiques

Le sondage d'opinion occupe une place importante aujourd'hui dans la vie médiatique et sociale, il est particulièrement utilisé par les entreprises, les médias et les partis politiques. Réalisés à partir de questionnaires proposés à un échantillon d'individus représentatifs d'une population donnée, les sondages estiment la répartition de l'opinion de l'ensemble de la population. **Les échanges publics, fondés souvent sur l'analyse de sondages, mobilisent nombre d'analystes, d'éditorialistes, et de journalistes pouvant influencer l'opinion.**

Une législation précise définit le fonctionnement et les limites des sondages. Toutes les enquêtes ne sont pas des sondages d'opinion. Ceux-ci sont régis par les dispositions de la loi n° 77-808 du 19 juillet 1977 (modifié par la loi n°90-55 du 15 janvier 1997) qui donne une définition complète des conditions de publication et de diffusion en lien avec un référendum, une élection présidentielle, une des élections réglementées par le code électoral ainsi qu'avec l'élection des représentants au Parlement européen. La loi inclut les simulations de vote réalisées à partir de sondages. La loi n°2002-214 de 2002 (article 2 et 3) précise qu'avant sa publication et sa diffusion l'organisme sondeur doit déposer auprès de la commission des sondages une notice précise incluant différents paramètres et l'assortir d'une mention indiquant le droit à consulter cette notice pour sa publication. Enfin cette loi a limité à deux jours au lieu de sept l'interdiction de publier et de diffuser ces sondages avant le tour de scrutin. **Les sondages d'opinion se distinguent ainsi des enquêtes qui ne sont pas réglementées avec autant de précisions.**

Utilisés massivement par les acteurs politiques pour mesurer leur popularité, les intentions de vote des citoyens, **les sondages alimentent également le débat public.** Chaque vote national donne naissance à un grand nombre de sondages et de commentaires qui portent parfois sur des fluctuations d'un ou deux pour cent. Le sondage informe d'une tendance sans prétendre donner des résultats exacts. **Le citoyen est en droit de se demander quelle confiance peut être donnée à ces «photographies de l'opinion». C'est dans cette perspective que ce thème est développé en tenant compte du fait que les élèves y seront confrontés dans la construction de leurs opinions politiques.** Il incombe aux enseignants de présenter ce thème en y incluant une dimension critique pour permettre à l'élève de développer sa propre capacité de réflexion sur cet outil. **Il est souhaitable de l'amener à se questionner sur ce qu'est un sondage et ce qu'il mesure réellement. Cette réflexion conduit à une analyse de la notion d'opinion publique.**

Supports d'étude possibles

1. Les critères juridiques principaux permettant de reconnaître un sondage d'opinion peuvent être identifiés avec les élèves à l'aide d'un résultat de sondage et comparés à une enquête d'opinion menée en dehors des limites de la loi de 1977. Des simulations de vote, menées par certains journaux gratuits, sur des panels d'internautes ont conduit à la saisie de la Commission des sondages. Celle-ci souhaite limiter leur influence sur la construction de l'opinion, biaisée par le peu de représentativité de l'échantillon testé. Ces enquêtes doivent être accompagnées de précautions de présentation faisant clairement apparaître qu'il ne s'agit pas de sondages au sens de la loi de 1977. Il s'agit ici d'inciter l'élève à reconnaître une société de

sondage (Ifop, Ipsos, TNS-Sofres...) l'inciter à la prudence dans l'interprétation des résultats et à réfléchir sur l'influence que ces enquêtes peuvent avoir sur son opinion.

2. Les mécanismes du sondage et leurs limites peuvent être présentés afin de s'interroger sur leur valeur scientifique et l'interprétation qui en est faite. Une approche critique des sondages peut être menée en classe. Les réponses apportées par les sondés ne présentent pas de garantie de véracité et les résultats, relatifs, peuvent être contredits par les faits. L'exemple le plus frappant est celui précédant le premier tour de l'élection présidentielle de 2002. Les enquêtes d'opinion, prévoyaient un second tour opposant Lionel Jospin à Jacques Chirac. Finalement, c'est Jean-Marie Le Pen qui a accédé au second tour. Un sondage infirmé par le résultat d'un vote permet à l'élève de mesurer la relativité de ces techniques mesurant l'opinion à un moment donné. D'autres exemples peuvent être choisis telle l'élection législative de 1997 qui donnait la droite gagnante, la présidentielles de 1995 avec Jacques Chirac estimé hors course six mois avant l'élection, la sur-estimation des intentions de vote en faveur de Jean Marie Le Pen en 2007 . En France, le premier sondage électoral prévoit la mise en ballottage inattendue du Général de Gaulle lors de l'élection présidentielle de 1965 (au fur et à mesure des sondages, Mitterrand voit sa côte remontée, passant de 23% des intentions de vote à 27% à la veille du scrutin quand celle de De Gaulle passe de 66% au début de la campagne à 43% à la veille du scrutin). D'autres exemples liés au programme d'histoire peuvent être étudiés.

3. Aucun institut ne dévoile les redressements qu'il opère ni les raisons motivant ces ajustements pour l'ensemble des sondages à caractère politique ou électoral. Il est important de sensibiliser les élèves au fait que les statisticiens, notamment en matière de sondages politiques opèrent un grand nombre de corrections des données modifiant le résultat brut obtenu. Un projet législatif de 2010 vise à rendre obligatoire la publication des données brutes avant redressement pour apporter une meilleure transparence et une plus grande rigueur afin de garantir la sincérité du débat politique et électoral. Pour les sondages électoraux par exemple, on corrige certains décalages entre déclaration et réalité des votes passés. Les statisticiens mesurent cet écart et le reportent pour les mesures suivantes afin de donner un chiffre plus représentatif de la réalité, c'est ce que l'on nomme le "redressement des résultats bruts". La marge d'erreur ne décroît pas proportionnellement au nombre de personnes interrogées (4,5% pour 500 sondés, 3,2% pour 1000, 2,2% pour 2000 et 1,6% pour 4000). De plus la méthode aléatoire ou par quotas pour choisir l'échantillon sondé amène aussi des variations dans les réponses. Une réflexion menée avec les élèves, sur ces approximations.

Pièges à éviter dans la mise en œuvre

- Se contenter de la définition législative d'un sondage d'opinion.
- Ne pas assez marquer la différence entre une enquête ordinaire et un sondage commandé à un institut.

Pour aller plus loin

- Meynaud H, Duclos D, Les sondages d'opinion, La découverte, 2007 (4e édition).
- Bourdieu P, « Les sondages, une science sans savant », pp. 217-224 dans : Choses dites, Paris, Ed. de Minuit, 1987.
- Blondiaux L, La Fabrique de l'opinion, Une histoire sociale des sondages, coll. Science politique, Seuil, 1998.
- Cayrol R, Sondages, mode d'emploi, Presses de Sciences-Po, 2000.
- TDC de référence « L'opinion publique », n° 941 et n° 3.
- Le site de la Commission des sondages : www.commission-des-sondages.fr
- Sur le site du Sénat, exemple d'une proposition de loi « visant à mieux garantir la sincérité du débat politique et électoral » (25 oct. 2010) : <http://www.senat.fr/leg/pp10-061.html>