

# Introduction

Pour de nombreux sociologues<sup>1</sup>, 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 Tarde<sup>2</sup>, 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'agréger 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 Dewey<sup>3</sup>. Ce philosophe américain, confronté au début du xx<sup>e</sup> siècle à l'avènement de la « Grande Société<sup>4</sup> », 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 Blondiaux<sup>5</sup> 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*<sup>6</sup> ». 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 Key<sup>7</sup>.

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

Elisabeth Noëlle Neumann<sup>8</sup>, retraçant l'histoire de la notion d'opinion publique depuis le XVII<sup>e</sup> 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<sup>e</sup> 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 irrésistible<sup>9</sup> ». 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 Grawitz<sup>10</sup> 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<sup>er</sup> semestre 1972, p. 99-108.

tulats, l'universalité et l'égalité (déduits 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'agréger 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 »<sup>11</sup>.

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 publique<sup>12</sup>. 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'agréger 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 publique<sup>13</sup>. 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 enracinent 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 Quéré<sup>14</sup> et de Laurence Kaufmann<sup>15</sup>, 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 publique<sup>16</sup> : 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'opinion<sup>17</sup>. 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. Zaller<sup>18</sup>, 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. Converse<sup>19</sup>. 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 publique<sup>20</sup> : 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 fantôme<sup>21</sup> », 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 public<sup>22</sup> ». 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 Zask<sup>23</sup>. 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'activités<sup>24</sup> ». 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.

titre de l'ouvrage d'Ernst Hartwig Kantorowicz<sup>25</sup>, *Les Deux Corps du roi*, qui distingue un corps physique, mortel, et un corps politique, incarnant la légitimité du pouvoir qui ne peut mourir.

Le caractère normatif et idéal de ce deuxième sens du public a été souligné par de nombreux commentateurs : le saut à franchir pour passer d'un public passif à un public actif semble trop important pour pouvoir être effectué par des publics réels. Cette difficulté provient, semble-t-il, d'abord de l'appréciation trop sévère portée sur les compétences du public « passif » où l'on souligne volontiers un intérêt faible pour la chose publique, les biais d'information et la force des stéréotypes, voire de la domination. Un détour par les publics des médias et de la culture peut nous aider à décaler cette perspective. Les travaux de Richard Hoggart<sup>26</sup>, des *Cultural Studies* et de la sociologie de la réception en Angleterre et en France, notamment autour de Jean Claude Passeron, montrent le caractère « oblique » de l'attention portée par les publics populaires aux médias qui « tamisent » les effets supposés forts des médias, transforment parfois profondément le sens des contenus au gré de leurs expériences vécues. Ils soulignent ainsi les réappropriations, les « braconnages » dont le contenu des médias peut parfois être l'objet de la part « d'agents ordinaires » qui n'apparaissent plus si passifs, ni si démunis de compétences.

William Gamson<sup>27</sup>, plus sensible aux interactions et aux thématiques politiques, a souligné l'importance des discussions interpersonnelles qui permettent aux publics de reprendre les « cadres interprétatifs » proposés par les médias et de leur donner une pertinence nouvelle. S'inspirant très directement de la pensée de Dewey, le livre de Benjamin I. Page et Robert Y. Shapiro, *The Rational Public*, reprend le cadre normatif de Dewey qui stipule ce que doit être un public à la lumière de l'idéal démocratique, en reformulant les notions de compétence et de rationalité de manière à donner une perspective nouvelle aux descriptions empiriques.

Ces travaux peuvent par ailleurs trouver des états solides dans des perspectives aussi différentes que celles proposées par la psychologie politique et la « nouvelle rhétorique » qui montrent l'existence de logiques informelles ou « naturelles » et l'importance des affects dans ces formes de raisonnement. Ces recherches soulignent pour les premières, l'importance des heuristiques, des « raccourcis informationnels » (short-cuts) qui

25. Ernst H. Kantorowicz, *Les Deux Corps du Roi*, Paris, Gallimard, 1989.

26. Richard Hoggart, *La Culture du pauvre. Étude sur le style de vie des classes populaires en Angleterre*, Paris, Minuit, 1970.

27. William Gamson, *Talking Politics*, Cambridge, Cambridge University Press, 1992.

permettent aux citoyens ordinaires de traiter des problèmes complexes. Problèmes auxquels ils n'accordent souvent qu'une attention faible, en disposant d'informations partielles, parfois biaisées. Par ailleurs, l'intérêt nouveau porté au langage par les tenants de la « nouvelle rhétorique »<sup>28</sup> les conduit, sur les traces d'Aristote, à mettre en évidence dans les *topoi* – les « lieux communs » – des argumentations articulant des faits et des valeurs dans des structures logiques relevant plus du « vraisemblable » que du vrai et de la logique formelle. Est vraisemblable ce qui est admis implicitement par les membres d'une communauté donnée mais qui est aussi l'objet de la mobilisation des affects. Cet espace cognitif, affectif et linguistique retrouvé ménage du même coup un espace politique pour notre conception du public. En effet, comme le précise Aristote, le propre de la rhétorique est de porter sur les affaires de la cité. Il convient donc, à travers la rhétorique, de s'intéresser aux échelles des valeurs admises dans l'espace public et surtout aux modalités de passage de l'une à l'autre, renouvelant le sens commun, qui induisent des conséquences pratiques pour la conduite de la cité.

Mais la difficulté à passer du premier sens du public négatif et passif au public actif ne réside pas seulement dans la différence de compétences cognitives et dans les inégales capacités d'action qui séparent ces deux formes du public. Elle tient aussi à l'exigence normative qui caractérise la constitution d'un public accompli selon Dewey. Il paraît en effet très difficile sinon impossible de trouver des publics réels qui répondent aux réquisits de la théorie démocratique : il ne s'agit pas seulement de constater l'existence d'un public informé et rationnel mais aussi d'un public citoyen qui place la recherche du bien commun au premier plan de ses préoccupations à travers sa « participation [...] à la constitution du savoir dont dépend une société afin de vivre en paix et de se réformer<sup>29</sup> ».

### *La compétence du public*

Ces exigences morales sont-elles pourtant si clairement hors de notre portée ? Ce n'est pas dans ce sens que vont les travaux de Luc Boltanski et Laurent Thévenot<sup>30</sup> qui, retrouvant une des intuitions fortes de l'ethnomé-

28. Chaïm Perelman et Lucie Olbrechts-Tyteca, *Traité de l'argumentation : la nouvelle rhétorique*, Paris, PUF, 1992 [5<sup>e</sup> éd.] ; Stephen Edelston Toulmin, *Les Usages de l'argumentation*, Paris, PUF, 1993.

29. Voir Joëlle Zask, « Pourquoi un public en démocratie ? Dewey versus Lippmann », art. cité, p. 66.

30. Luc Boltanski et Laurent Thévenot, *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard, 1991.

thodologie, ne retranchent rien des compétences critiques du vulgaire, ni sa composante cognitive, ni sa composante morale. Pour pouvoir dénoncer une injustice, il faut en effet à la fois pouvoir s'appuyer sur des « énoncés collectifs » et sur un sens de la justice.

Le sens de la justice et plus largement le « sens du public » constitue bien une compétence morale : il se fonde sur une compétence « cognitive », la maîtrise d'une grammaire publique qui permet de s'exprimer dans l'espace public, mais aussi sur la capacité, pour les membres d'une communauté, à reconnaître des candidats plausibles au statut de biens communs. Ce point avait été déjà signalé par la nouvelle rhétorique mais il est systématisé pour l'opinion publique par Laurence Kauffmann et problématisé dans le cadre d'une vaste enquête « d'ontologie historique » qui cherche à montrer comment les entités socio-historiques (comme l'opinion publique ou la société) adviennent à l'existence et participent de notre réalité quotidienne. Laurence Kauffmann montre en effet comment au XVIII<sup>e</sup> siècle, l'opinion publique s'est progressivement imposée à tous comme une nouvelle forme de juridiction linguistique. En tant que principe de légitimité, l'opinion publique constitue d'abord une compétence : c'est bien l'usage adjectival<sup>31</sup> de « public » qui conditionne la constitution de publics à travers un substantif désignant une entité « réelle ». C'est en effet la capacité à « monter en généralité », à en appeler au tribunal de l'opinion et ainsi à formuler une opinion « publique », c'est-à-dire une opinion qui puisse être reçue comme vraisemblable, compatible avec le bien commun, qui permet la constitution d'un public élargi, d'un groupe qui se reconnaît dans l'espace public comme partageant les mêmes opinions, le même discours. Le plus humble des énoncés d'opinion contient ainsi une visée *normative* parce qu'il se réfère à des valeurs dont le locuteur pense qu'elles sont admissibles par la communauté.

L'intérêt de ces approches est notamment de montrer que les exigences normatives du théoricien de la démocratie trouvent des échos dans les compétences morales des « citoyens ordinaires ». Certes, il s'agit d'une définition faible de ces exigences normatives. De la même manière, nous nous sommes donné une définition très affaiblie des compétences « cognitives », assimilant la logique naturelle à rationalité et des « demi-informations » à des informations. Faut-il pour autant en conclure que nous avons bradé l'idéal normatif de Dewey ou renoncé à toute possibilité de décrire des effets

31. Sur ces questions, voir l'introduction de Daniel Cefaï et Dominique Pasquier à l'ouvrage collectif, *Les Sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, PUF, 2003, p. 13-59.

de manipulation en identifiant des opinions biaisées ? Ce serait oublier que l'idéal normatif de Dewey ne garde son effectivité que parce qu'il trouve un écho chez le citoyen ordinaire. De même, c'est bien ce sens du public, commun aux membres de la communauté politique, qui nous autorise à décrire des biais d'information et des effets de manipulation.

### *Le public individualisé et l'art de la conversation*

On voit que l'existence de publics « réels » comme entité dépend de la construction préalable d'un espace public et notamment de la diffusion large dans la société d'un « sens du public », d'une compétence ordinaire à opiner, à donner un avis sur la chose publique.

Après avoir suivi John Dewey, il convient de revenir ici à Gabriel Tarde qui développe ce thème. Dans *L'Opinion et la Foule*<sup>32</sup>, publié en 1904, celui-ci définit le public avant tout comme le résultat d'un processus communicationnel. La réception des nouvelles – bien qu'elles s'adressent à tous – est individuelle. À la différence de la *foule* qui implique une coprésence des personnes, toujours menacée d'être débordée par une fusion des émotions, le lectorat des journaux constitue un *public* : bien qu'il soit individualisé, il est placé sous l'horizon de l'espace public. Le lecteur sait qu'il n'est pas seul à lire son journal, de nombreuses autres personnes sont, dans le même temps, en train de prendre connaissance de ces mêmes nouvelles. La signification des nouvelles n'est pas privée mais bien publique, parce qu'elles regardent la conduite des affaires publiques et parce qu'elles concernent un grand nombre de personnes qui se savent nombreuses bien qu'elles ne soient pas coprésentes. Tarde insiste sur une autre caractéristique du public ; il définit le journal comme une « conversation publique », qui nourrit et cadre, à travers des sujets propres à susciter l'intérêt de tous, les conversations interindividuelles par lesquelles se propagent les opinions : « On ne saura, on n'imaginera jamais à quel point le journal a transformé, enrichi à la fois et nivelé, *unifié dans l'espace et diversifié dans le temps*, les conversations des individus, même de ceux qui ne lisent pas les journaux, mais qui, causant avec des lecteurs de journaux, sont forcés de suivre l'ornière de leurs pensées d'emprunt. Il suffit d'une plume pour mettre en mouvement des millions de langues<sup>33</sup>. » Le public est donc là aussi caractérisé d'abord par un « esprit public », *un art de la conversation* qui atteste la maîtrise d'une grammaire publique : cet art permet l'identification des sujets « élevés et généraux », le

32. Gabriel Tarde, *L'Opinion et la Foule*, op. cit.

33. *Ibid.*, p. 82.

manièrement « d'idées » qui, sans avoir la valeur de vérité de la science et ni être assimilé à la *délibération* au sens fort, se démarquent pourtant de l'obéissance à la tradition ou de l'émotion qui emporte la foule<sup>34</sup>.

Cette conception du public a trouvé une forme de postérité dans les études de réception des médias, qui notent à la fois son caractère individualisé et la reprise des contenus médiatiques dans les réseaux d'échanges de la vie quotidienne, par exemple « la conversation télé » – avatar tardien<sup>35</sup>, s'il en est. Un public n'est pas en effet défini par la coprésence, il faut une audience et la conscience pour les membres de celle-ci d'assister au même événement.

### *Publics fragiles et publics robustes*

Les études des publics des médias mais aussi des publics politiques, ainsi que le notent Daniel Cefaï et Dominique Pasquier<sup>36</sup>, font apparaître le caractère parfois très fragile des publics. Certes, certains publics existent comme entités réelles mais leur existence est parfois fugitive, le temps d'une série télévisée ou d'une controverse. Un des enjeux de l'analyse est alors de saisir les modes opératoires de cette dynamique des publics qui se forment, se défont ou parfois perdurent au gré des interactions. Loin de la stabilité supposée d'une opinion publique structurée par la consistance de ces attitudes, ces publics, sans cesse formés par les interactions publiques, évoluent. Il ne s'agit pas ici de revenir à une dénonciation de l'inconsistance, de la volatilité – voire de la futilité – d'une opinion changeante et irrationnelle, mais au contraire de souligner son caractère situé et contextualisé et ce à un double niveau.

Les opinions sont tout d'abord contextualisées par des arguments, des situations, des acteurs qui peuvent les modifier profondément. C'est tout l'intérêt des sondages expérimentaux qui font varier le contexte de la question : on peut être « pour ou contre » l'avortement selon que l'on

34. Les commentateurs ont souligné, le contre-portait que G. Tarde fait de la foule en partie pour mieux faire ressortir les qualités du public. Cette perspective en trompe-l'œil rend Tarde très peu intéressant pour décrire les phénomènes de mobilisation. Voir notamment « Les foules et les sectes criminelles » dans Gabriel Tarde, *L'Opinion et la Foule*, op. cit., p. 138-184, dont Dominique Reynié dit que « son contenu, qui participe du courant pessimiste contre lequel il publie *L'Opinion et la Foule*, paraît une concession à la grande inquiétude politique de ce temps, comme le signe d'une dernière hésitation théorique ou politique », Dominique Reynié, « Introduction », dans Gabriel Tarde, *L'Opinion et la Foule*, op. cit., p. 8-9.

35. Dominique Boullier, *La télévision telle qu'on la parle. Trois études ethno-méthodologiques*, Paris, L'Harmattan, 2003.

36. Cf. Daniel Cefaï et Dominique Pasquier (dir.), *Les Sens du public*, op. cit.

prend en compte sa propre situation, des circonstances spécifiques, des cas généraux, etc. ; être, de manière générale, favorable à telle mesure dans une situation donnée et hostile dans une autre parce qu'alors sa signification change du tout au tout ;

Les contextes d'interactions font par ailleurs varier les régimes de parole, celle-ci pouvant passer du registre de l'intime à celui, public, propre à l'opinion. Nina Eliasoph, travaillant sur la vie associative aux États-Unis, a ainsi montré comment, selon les contextes, les prises de parole au nom du bien public pouvaient être jugées acceptables ou inacceptables<sup>37</sup>.

### *Le public du sondage et le public du problème*

Ce tableau du public présente un air de famille avec les conceptions de l'opinion publique à l'œuvre dans les sondages – bien que ces conceptions soient ambivalentes et rarement explicitées. Il s'en distingue pourtant de manière décisive en affirmant le caractère communicationnel de l'opinion, refusant de faire de celle-ci une entité dotée des qualités d'un sujet collectif.

L'opinion, parce qu'elle est d'abord définie comme un énoncé, s'appuie sur les compétences cognitives, linguistiques et morales des « agents ordinaires ». Ce sont ces compétences qui permettent d'expliquer la réflexivité des publics : les citoyens ordinaires concernés par un problème se définissent d'abord comme participant par leur jugement d'opinion à un public, qui permet de les *individuer*<sup>38</sup>, et ce n'est qu'ensuite qu'ils peuvent être décrits par un observateur comme un groupe statistique. Cette définition insiste enfin sur la « fragilité » des publics et sur leur sensibilité aux contextes d'interaction qui expliquent leurs dynamiques.

Cette définition du public nous permet d'avancer trois dernières propositions méthodologiques sur le public. Ces trois dernières portent sur la manière dont s'appréhende le public.

*Le sondage peut être une scène publique* : le sondage d'opinion comme scène d'interactions s'il porte sur un problème controversé suscite des énoncés d'opinion publique et crée ainsi un public.

*Le public du sondage peut de ce fait avoir les mêmes propriétés que le public du problème*. Les personnes interrogées, répondent à l'enquête

37. Nina Eliasoph, « Publics fragiles. Une ethnographie de la citoyenneté dans la vie associative », dans Daniel Cefaï et Dominique Pasquier (dir.), *Les Sens du public*, op. cit., p. 225-267.

38. *De ce point de vue, notre perspective s'inscrit dans un « structuralisme relationnel » tel qu'il est élaboré par Vincent Descombes dans Les Institutions du sens, Paris, Minuit, 1996.*

parce qu'elle ouvre un espace public (une enquête publique), une scène sur un enjeu qui les concerne. C'est parce que le sondage est une scène publique, susceptible d'être cité dans les médias et d'être utilisée par divers acteurs, qu'il peut *expérimentalement*, susciter un public isomorphe au public du problème.

*Le public est décrit grâce à un artefact, le public du sondage expérimental*, c'est ce qui fonde sa scientificité. Cette dernière thèse se réfère explicitement aux propositions de l'anthropologie des sciences<sup>39</sup> : c'est par le truchement d'un dispositif sociotechnique, ici le sondage, défini comme une forme d'interrogation conventionnelle et comme une chaîne de traitement et d'objectivation, qu'il est possible de recueillir une inscription matérielle du public sous forme de *verbatim*, de tableaux statistiques et de graphiques.

Une telle position ne signifie pas que l'on baptise de « scientifique », ce que la sociologie critique avait, ainsi que nous l'avons vu, en d'autres temps dénoncé comme des « artefacts ». Elle implique de déplacer la frontière qui passait entre la « réalité » et « l'artefact » pour mieux distinguer des faits « bien » et « mal » décrits. La critique de dispositifs d'enquête mal construits et des mésusages de « l'opinion » au motif qu'ils ne prennent pas en compte les caractéristiques du public que nous venons de détailler, paraît plus que jamais fondée. Il apparaît au contraire que cette critique est mieux armée qu'elle ne l'était : les exigences pour décrire un public se sont multipliées et durcies – notamment la prise en compte de la réflexivité des publics et de leurs compétences.

### *Quatre thèses et douze propositions*

Pour résumer et clarifier notre propos, cet ouvrage se propose d'explorer quatre séries de « thèses » sur l'opinion publique, que l'on peut synthétiser et articuler de la manière suivante : le public se forme grâce à la constitution d'un sens commun sur un problème (aspect descriptif et normatif) ; la constitution de ce sens commun repose sur des compétences « naturelles » et notamment un « sens du public » qui s'exerce dans les échanges langagiers ; le contexte d'interaction détermine le contenu de ces échanges ; le sondage est une forme d'interaction publique et peut de ce fait expérimentalement décrire des publics.

39. Michel Callon (dir.), *La Science et ses réseaux. Genèse et circulation des faits scientifiques*, Paris, *La Découverte*, 1989 ; Bruno Latour, *La Science en action*, Paris, *La Découverte*, 1989.

Chacune de ces thèses, pour être éprouvée, peut être développée en trois propositions d'un niveau de généralité croissant, proposition *empirique*, *explicative* et *théorique*, pour reprendre la terminologie de J.-M. Berthelot<sup>40</sup>.

*Le statut du public.*

- Le public du problème : le public se construit autour d'un enjeu (problème, événement) ;
- les deux moments du public : il se constitue, dans le temps, en deux moments, l'un négatif et passif, dans l'expérimentation d'une privation de liberté et d'une absence de compétence liée au problème, l'autre actif et normatif, qui passe par la participation à la constitution d'un savoir, d'un nouveau « sens commun », sur cet enjeu du débat public ;
- le primat du normatif : seule la visée normative du public permet une description (ou une autodescription) des publics « réels » qui se saisissent alors comme formant des publics.

*Les compétences du public.*

- L'opinion comme acte de langage : ce sont les énoncés d'opinions, comme actes de langage, qui font exister ces publics en les actualisant ;
- une définition « faible » des compétences : cette participation à la constitution d'un sens commun sur le problème n'est possible que parce qu'elle s'appuie sur une définition « faible » du sens du public, de la compétence cognitive et morale des agents ordinaires ;
- le primat du sens du public : c'est le public comme compétence, grammaire publique (« sens du public »), qui conditionne l'existence de public comme entité réelle.

*La dynamique du public et le contexte d'interaction.*

- La fragilité des publics : l'existence d'un public est liée au contexte d'interaction qui le forme plus ou moins durablement ;
- le contexte d'interaction : le contexte d'interaction détermine à la fois le contenu de l'opinion et le caractère public du régime de parole qui l'énonce ;
- la réflexivité des publics et formes de coordination : l'existence d'un public n'implique pas la coprésence de ses membres mais la conscience qu'ils forment un public.

40. Jean-Michel Berthelot, « Language and Interlanguage : Reflections on Modalities of Interrelationships between Analysis and Interpretation in Sociology », dans Karl M. van Meter (ed.), *Interrelation between Type of Analysis and Type of Interpretation*, Berne, Peter Lang, 2003, p. 207-226. Voir en annexe.

*Le public du sondage et le public du problème.*

- Le sondage peut être une scène publique ;
- le public du sondage peut de ce fait avoir les mêmes propriétés que le public du problème ;
- le public est décrit grâce à un artefact, le public du sondage, c'est ce qui fonde sa scientificité.

## — L'opinion et ses publics

C'est cette décomposition analytique du public qui va guider la construction de nos dispositifs d'enquête sur « les compétences du public » (première partie) et orienter nos descriptions empiriques du « public en action » (deuxième partie).

Dans la première partie de ce livre, nous nous attacherons à caractériser le dispositif d'enquête et d'analyse le mieux à même de répondre à ces exigences nouvelles de description des publics. À cette occasion, nous nous pencherons notamment sur l'avenir du nucléaire et sur les différentes raisons qui peuvent justifier son maintien ou son arrêt. Cette analyse nous permettra de « diffracter » en différents publics une opinion publique le plus souvent agrégée en « pour » ou « contre ». L'analyse des motifs mis en avant par les répondants permet en effet d'identifier des publics distincts : que l'on considère une enquête auprès des agents EDF ou du « grand public », les raisons avancées et la sociologie des publics peuvent varier de manière importante. Quoi de commun en effet entre un public jeune et diplômé tablant sur le progrès de la science pour remplacer le nucléaire et un public âgé et peu diplômé, préoccupé avant tout de sécurité, estimant que le nucléaire est trop dangereux ?

Mais ces enquêtes nous permettront surtout de montrer avec quelles compétences les « citoyens ordinaires » mobilisent des formes de syllogisme rhétorique ou de récits pour rendre compte de leur prise de position et la justifier.

Dans la deuxième partie de l'ouvrage, nous nous intéresserons aux publics en action et aux différentes formes de coordination collective qu'ils permettent d'assurer.

L'analyse de l'image de François Mitterrand au lendemain de sa mort nous permettra de montrer comment un public de « profanes » commémorant le politique, en évoquant la figure du grand disparu, réactive et partage des identités collectives.

L'étude des représentations de l'environnement lors de la campagne présidentielle de 2002 sera ensuite l'occasion de préciser les mécanismes d'imputations causales : faire entrer un problème en politique, c'est solliciter un cadre social, affirmer qu'il relève de l'action collective. Ce seuil du politique, seuls certains le franchissent en s'accordant sur le même diagnostic du problème.

Enfin, l'exemple d'un conflit d'aménagement montrera de quelles manières différents groupes peuvent se retrouver autour de cadrages communs, constituer une « opinion publique territorialisée » et se mobiliser dans l'action.