

« Des grilles d'analyse de l'opinion et de la société plus défailantes »

Quel rôle jouent les sondages dans la vie politique ?

Que nous apprennent-ils ? Quelles en sont les limites ?

Stéphane Rozès, président de Conseils, analyses et perspectives (Cap), enseignant à Sciences Po et HEC, répond.

Gérard Aschieri, rédacteur en chef d'H&L: *Jusqu'à quel point les sondages sont-ils fiables ? Le référendum sur le Brexit, l'élection de Donald Trump, la primaire de la droite et celle de la gauche ont jeté le doute...*

Stéphane Rozès: Pour avoir été sondeur pendant un quart de siècle et avec du recul puisque je suis dorénavant consultant, je peux dire que l'outil sondagier s'est amélioré dans sa capacité à mesurer, à un instant T, des rapports de force électoraux. Pour les études d'opinion, le sujet est plutôt la qualité du questionnement qui a pu se relâcher. Enfin, des consultations qui n'ont aucune valeur technique pullulent.

Sur le fond, les interrogations actuelles viennent de ce que le phénomène d'individuation et d'individualisme fait que les cohérences antérieures entre l'appartenance à un groupe social, les attitudes idéologiques, comportements politiques et les votes deviennent fluctuantes. Si les individus ont des appartenances et des intérêts, leur identité ne se constitue plus à partir d'un collectif. Ils la construisent à partir de leurs propres équations. Une bonne partie des électeurs se détermine au dernier moment.

Le jour du vote, 15 % déclarent s'être décidés sur le moment et 25 % dans les derniers jours. Ainsi, les sondeurs ont bien vu la tendance en faveur de François Fillon dans la primaire de la droite et du centre, au tout dernier moment. Pour le Royaume-Uni et les États-Unis, le problème est un peu différent. Les sondeurs ne « redressent » pas, ils prennent de façon brute ce que disent les gens. Or la réalité ne correspond pas toujours à ce qu'ils expriment, les biais des reconstitutions passées permettent de corriger. Par ailleurs, le système électoral américain est complexe, rappelons qu'Hilary Clinton a obtenu plus de voix que Donald Trump. Au total, si les outils que constituent les sondages sont devenus plus performants en termes de mesure, en revanche ce sont les grilles d'analyse de l'opinion et de la société qui défont. Une donnée chiffrée de vote construit un paysage de rapports de force. Il ne vaut que s'il permet d'approcher une réalité, ce qui implique une grille d'analyse. Selon moi, la plupart des grilles aujourd'hui ne sont plus adaptées pour rendre compte de mouvements apparemment erratiques, pour comprendre pourquoi le pays

semble aller vers des personnalités insaisissables, comme ce fut le cas avec Ségolène Royal, Nicolas Sarkozy hier, Emmanuel Macron ou Marine Le Pen aujourd'hui, pourquoi des gens semblent voter contre leurs intérêts... Le monde devient de plus en plus impénétrable, les outils de mesure deviennent suspects de la réalité qu'ils donnent à voir, si l'on n'arrive pas à en rendre compte.

Ces incompréhensions et suspensions sont renforcées par le fait que les commentateurs, pour comprendre, n'expliquent pas mais font souvent de la morale à partir de la place qu'ils occupent dans le paysage et qu'ils doivent analyser pour la conforter.

Certains semblent dire qu'il y a, en France, un usage anormal des sondages par les politiques et les médias. Le confirmez-vous ?

Oui pour les médias, mais pas pour les politiques. J'ai travaillé confidentiellement pour seize candidats lors de quatre campagnes présidentielles. Ils étaient de tous les bords politiques, à l'exception de l'extrême droite. Hormis peut-être Nicolas Sarkozy, nos politiques ont beaucoup moins recours aux sondages

confidentiels que leurs homologues anglo-saxons. A l'Elysée, François Hollande n'a eu recours à aucun sondage. Il l'aurait dû, pour mieux comprendre le pays. C'est que la classe politique a tendance à penser que c'est elle qui fait le pays.

En revanche, les médias français sont ceux qui publient le plus de sondages. Cela provient d'une centralité très ancienne de la dispute politique commune en France. La politique est ce qui permet de rassembler les Français en dénaturant leurs origines, religions et intérêts particuliers. A la présidentielle, les Français vont se précipiter aux urnes, nonobstant leur défiance vis-à-vis des politiques.

Car avant même l'élection d'un Président, le sujet est de réactiver notre imaginaire dont les candidats seront les acteurs et non les auteurs. Ce processus et cette centralité du politique sont décisifs. Or un sondage est un processus qui prétend dire, à un moment donné, où se situent de façon majoritaire les Français dans la diversité de leurs représentations, intérêts et votes. Cette dispute politique centrale mais sans cesse mouvante explique que ce soit en France que les médias publient le plus de sondages. Ils les utilisent non seulement en termes d'animation de débat et d'image à leur profit, mais également pour asseoir leur légitimité vis-à-vis des politiques et apparaître comme le porte-parole des citoyens.

Ces sondages ne peuvent-ils pas contribuer à manipuler ou orienter l'opinion ? Par exemple en influençant ceux qui veulent voter « utile » ?

Je ne le crois pas du tout. Lors des campagnes électorales, il y a toujours trois ou quatre moments d'inversion des sondages, à l'exception de la dernière présidentielle où François Hollande a toujours été en tête. En revanche les sondages ont une influence sur

les journalistes et les hommes politiques eux-mêmes. Mais les Français, pour leur part, de l'ouvrier au professeur d'université, ont un esprit critique aiguisé et ne s'estiment pas dupes des médias et sondages, ils doutent des autres mais pas d'eux-mêmes.

Les ressorts lourds de la représentation et du vote mêlent les dimensions culturelles, idéologiques et d'intérêts. De temps à autre, quelqu'un perçoit d'une façon qui peut surprendre, on a alors tendance à incriminer les médias ou les sondages. C'est le cas aujourd'hui avec Emmanuel Macron. Si d'aventure il perdait de sa popularité, personne n'en rendrait les médias responsables. En fait, il faut comprendre les raisons profondes d'une popularité momentanée.

On en revient aux grilles d'analyse actuelles qui, pour la plupart, ne permettent pas de comprendre comment s'articulent les questions de représentations culturelles et les questions politiques, économiques et sociales qui sont intimement liées. Nous avons un imaginaire national unifiant qui fait que, plus qu'ailleurs, on peut dire « l'opinion publique ou les Français pensent que... ». Par ailleurs, nous avons une vision universaliste par le haut : aussi bien ceux qui croient aux sondages comme à une Pythie que ceux qui les critiquent ont en commun l'idée que l'esprit est séparé du corps et qu'il fait le corps. La France a engendré Descartes et les Français ont un rapport particulier au réel. Leur imaginaire les conduit à toujours penser que la théorie va conduire la pratique, que c'est le haut qui fait le bas et le paysage médiatique qui fait le pays. Or le réel est l'inverse : c'est le pays qui fait la présidentielle, les peuples qui font l'histoire et la société qui fait l'économie.

Les Français vont chercher, au travers des sondages, des hommes politiques pour lesquels ils essaient de percevoir en quoi

« **Le numérique rend efficaces des arbitrages immédiats et les connaissances humaines, mais semble clore les modalités démocratiques de la vie en société. Car c'est l'hétéronomie, au travers de la loi, qui permet d'assembler les communautés humaines.** »

leur personne semble résoudre le problème inconscient du pays quant à son rapport à l'extérieur et aux arbitrages sociopolitiques internes. Les sondages disent quelque chose de cela car, comme le dit Hobbes, « *Le monarque interprète la pièce du peuple* ». Les études ne sont là que pour suivre les choses et les conseillers politiques sont là pour faire comprendre au candidat que ce n'est pas lui qui donne le « la », mais le pays.

Ainsi la politique, ce n'est pas le gouvernement des choses, c'est l'articulation entre les Hommes et les choses, entre qui on est et le monde extérieur, entre la dispute et ce qu'on a en commun. Cette articulation peut d'ailleurs être différente, selon les moments. Ainsi en 2007, après l'échec du Traité constitutionnel européen, les Français ont choisi deux personnalités singulières, Ségolène Royal et Nicolas Sarkozy, qui avaient pour point commun de remettre le volontarisme politique au sein de la nation et de se distinguer des technocrates qui semblaient s'indexer sur Bruxelles. En début de campagne, l'opinion disait que Dominique Strauss-Kahn était le plus compétent mais qu'elle préférerait voir Ségolène Royal à l'Elysée.

Au-delà de la question des sondages se pose celle du numérique, de l'utilisation des données et du rôle des algorithmes...

C'est une question qui interroge les fondamentaux de la société. La capacité du numérique d'accumuler des données considérables nous conduit peu à peu vers une société de la prédictibilité. C'est l'émergence de « *la gouvernance par les nombres* »⁽¹⁾ qui se substituerait au gouvernement des hommes par la loi. Aux communautés humaines qui régentaient leurs destins par des arbitrages entre le souhaitable et le possible se substituent des mécanismes où la prédictibilité règne, là où seul le possible devrait s'im-

(1) *La Gouvernance par les nombres*, Alain Supiot, Fayard, 2015.



© DR

poser. Avec le Big Data et les algorithmes, on recueille des données sur les comportements et les opinions tellement massifiées et analysées dans leurs segmentations que l'on peut construire une prédiction précise.

Or l'aboutissement de cette dynamique prédictive est l'extinction du politique. Le sondage n'est pas une négation de la dispute, il en est un outil. Il permet de mesurer les rapports de force dans le débat. Avec le numérique, on prétend prédire ce que vont faire les individus et les rapports sociaux. Il faudrait s'y conformer. Le souhaitable devrait céder la place au probable. Mais cette prétention est utopique et dangereuse. Elle est basée sur l'idée fausse que le

gouvernement des choses fait le gouvernement des Hommes.

On extrait ainsi l'efficace économiquement du débat sur le bon culturellement et le juste socialement. Les imaginaires nationaux qui arbitraient ces tensions, différemment selon les peuples, en sont déstabilisés. Le premier sujet de l'Homme n'est pas l'efficace économique, c'est de comprendre qu'il est mortel et que, pour faire face au réel, il doit s'assembler avec d'autres et constituer des communautés humaines. Ces dernières, même défaites, étaient en relation avec un territoire et on pouvait y nommer ce qui arrivait. La nouveauté de la période est l'autonomisation des phénomènes éco-

« La plupart des grilles d'analyse ne sont plus adaptées pour rendre compte de mouvements apparemment erratiques, pour comprendre pourquoi le pays semble aller vers des personnalités insaisissables, pourquoi des gens semblent voter contre leurs intérêts... »

nomiques, financiers et numériques, qui semblent échapper aux peuples. La globalisation sort des gonds de la mondialisation⁽²⁾. Les populismes, nationalismes et radicalismes religieux sont en fait trois types de réactions à cette situation.

Le numérique rend efficaces des arbitrages immédiats et les connaissances humaines, mais semble clore les modalités démocratiques de la vie en société. Car c'est l'hétéronomie, au travers de la loi, qui permet d'assembler les communautés humaines. Les individus ont des intérêts contradictoires, des origines diverses, des représentations différentes et il faut construire une tierce instance pour consentir à des arbitrages ou décisions, de sorte de pouvoir vivre ensemble au sein d'une communauté de destin. La technique, la finance et le numérique prétendent araser les verticalités par une globalisation qui ferait le bonheur des peuples, en ignorant les débats sur le bon, le juste et l'efficace.

Au final, la grande question que pose le numérique est la réappropriation par les sociétés de sa grande efficacité au service des communautés humaines et d'une vision du souhaitable, car le déploiement d'une efficacité sans limite est un projet humainement et écologiquement insoutenable. ●

(2) « Notre imaginaire et les autres à l'épreuve de la mondialisation » par Stéphane Rozès, revue *Commentaire* n° 157, printemps 2017.