

Patrick CHAMPAGNE
FAIRE L'OPINION
LE NOUVEAU JEU POLITIQUE
Les Éditions de Minuit, Paris, 1990/2015

Ce texte, pour l'essentiel publié en 1990 et non modifié, met en évidence le changement de société qui s'est produit depuis les années 60. Dommage que Patrick Champagne n'ait pas ajouté un chapitre, ou fait une introduction plus complète, à propos de ces évolutions. Il n'en reste pas moins que cet ouvrage m'a doublement intéressé.

Le premier point qui retient l'attention, c'est l'évolution de sens du mot « opinion », tellement le mot est devenu synonyme de l'opinion de tous sur tout. Jusqu'au dix-neuvième siècle, l'« opinion publique » c'était l'opinion *rendue publique* des personnes supposées compétentes. Ces avis éclairaient la foule, instruisaient le peuple, éduquaient les masses. En somme, des « lumières », philosophiques ou scientifiques, éclairaient les lanternes du monde, le sortaient de l'obscurantisme. Ce n'était pas du tout l'opinion *du public*, mais celle *destinée à ce public*.

Mais les enquêtes d'opinion, pourtant fortement critiquées à leurs débuts, tant sur le plan méthodologique que politique ou éthique, importées des techniques des publicistes, se sont progressivement imposées. Elles se sont rendues incontournables, et se sont construites une légitimité mélangeant allure scientifique et pseudo-neutralité politique (par la présentation quantifiée des résultats). Patrick Champagne, en digne élève de Bourdieu, nous rappelle par le détail, avec force arguments et exemples, tous les vices de formes de ces enquêtes qui jouent sur l'idée de démocratie participative en faisant comme si tout le monde avait un avis (valable) sur tout, même sur les questions qui ne sont jamais posées personnellement à ce sondé particulier. Une nouvelle engeance est ainsi apparue, fortement consanguine à celle des journalistes, celles des politistes spécialistes des enquêtes d'opinion et de leur commentaire.

L'opinion publique est ainsi passée du stade de l'instruction du peuple à celui de l'avis nécessairement juste de ce même peuple, jamais réellement défini, mais réduit à un échantillonnage « représentatif » des français, aussi valable que le point de vue de la ménagère de cinquante ans sur le développement de la recherche spatiale ou la théorie des quantas (ou des quotas selon ce qu'elle a compris et ce dont on parle à ce moment-là). L'évolution va nécessairement dans le sens de la démagogie, d'autant que les questions posées présupposent toujours une réponse qu'elles contiennent en grande partie.

La pensée systémique qui insiste sur les phénomènes de causalité circulaire trouve dans ce livre des illustrations nombreuses. On y voit par exemple des inversions que seule cette circularité permet : les sondages ne créent-ils pas la plupart du temps ce qu'ils sont supposés mesurer, explorer ? Ils devraient guider les hommes (et femmes) politiques, ils deviennent la politique elle-même. Le sondage d'opinion est devenu un outil démagogique, au service du scoop, du spectaculaire, de l'instantané, en prétendant représenter la volonté du peuple. C'est la loi des médias qui impose sa logique, son mode de fonctionnement. Et il ne s'agit plus de définir ou de proposer une vision politique autour de laquelle s'unir (pour la soutenir ou pour la combattre) mais de séduire une masse indéfinie, changeante, émotive, dont on sait à quel point elle peut être réactive à un évènement monté en épingle par les journaux et les réseaux.

Ces derniers, arrivés bien après les analyses de ce travail, ne sont que le prolongement autonomisé de cette logique journalistique. Le *like* remplace l'audimètre ou le chiffre des ventes du journal. Mais le principe fondamental me semble le même : tout le monde a le droit d'avoir un avis supposé compétent sur tout. La vitesse de diffusion des *fake news* (quel bonheur que ce soit un terme anglophone qui désigne cette chose !) n'est que la continuité de cette extension du sondage d'opinion.

A lire avec de la patience, instructif et très « sociologie sérieuse ». Un rappel très utile pour prendre un peu de distance par rapport à ces multiples « images » de l'opinion qui nous manipulent et dont nous faisons partie.