

Compte rendu

Ouvrage recensé :

Vincent Lemieux, *Les sondages et la démocratie*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, 1988, 122 p.

par Jean-Pierre Beaud

Politique, n° 15, 1989, p. 122-124.

Pour citer ce compte rendu, utiliser l'adresse suivante :

URI: <http://id.erudit.org/iderudit/040625ar>

DOI: 10.7202/040625ar

Note : les règles d'écriture des références bibliographiques peuvent varier selon les différents domaines du savoir.

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter à l'URI <https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche. Érudit offre des services d'édition numérique de documents scientifiques depuis 1998.

Pour communiquer avec les responsables d'Érudit : info@erudit.org

Vincent Lemieux, *Les sondages et la démocratie*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, 1988, 122 p.

Lors de la dernière campagne électorale fédérale, pas moins d'une trentaine de sondages pan-canadiens, soit en moyenne plus de quatre par semaine, ont été réalisés. C'est dire que s'il est un phénomène très étroitement associé aux temps forts de notre vie politique, c'est bien celui des sondages. Il est pertinent, dans ces conditions, de se demander, comme le fait Vincent Lemieux, si l'usage de plus en plus répandu des sondages politiques contribue réellement au fonctionnement démocratique de nos sociétés (p. 9). La réponse tient en un petit livre, fort stimulant, écrit dans un langage simple et s'adressant, comme le veut la collection Diagnostic et comme la thèse défendue par l'auteur le réclame, au grand public. Pour l'auteur, en effet «il ne peut y avoir démocratie dans l'usage des sondages si cet usage est confiné aux acteurs politiques les plus puissants (...), sans que les publics, qui en sont bien souvent les cibles, puissent en prendre connaissance» (P. 113). C'est à ces publics que le livre est destiné et cela explique, par exemple, l'absence de longs développements sur les méthodes de sondage.

L'intérêt principal du livre réside dans le fait qu'il est structuré autour d'une thèse. L'auteur part d'un questionnement et organise systématiquement son texte en fonction de celui-ci. Ainsi, en bonne méthode, Vincent Lemieux commence d'abord par définir le concept de

démocratie. À la suite de Schattschneider, il voit en elle un système politique caractérisé par la compétition, le leadership, la responsabilité, la politisation des conflits, la popularisation des options et la participation. Puis, après avoir présenté un court exposé consacré aux techniques de sondage, avoir identifié les usages possibles des résultats des enquêtes, il procède à une évaluation de la pratique des sondages au regard de chacune des caractéristiques de la démocratie libérale. Il conclut que «dans l'ensemble, les sondages politiques sont des moyens d'action dont l'utilisation a des conséquences plus positives que négatives sur l'exercice de la démocratie» (p. 103). Enfin, dépassant le cadre du simple constat, Vincent Lemieux tire des conséquences politiques du bilan ainsi tracé, et prend position sur les débats de l'heure, et en particulier sur la question du contrôle des sondages. Rejetant comme typique d'une «conception élitiste et arbitraire du politique» (p. 110) l'idée d'un contrôle gouvernemental, il compte essentiellement sur le marché et l'autodiscipline de la profession «pour que l'utilisation politique des sondages demeure conforme aux critères de la démocratie» (p. 105-106).

Comme tout texte articulé autour d'une thèse, *Les sondages et la démocratie* offre prise, et c'est là une de ses richesses, à la critique, aux désaccords. On pourra d'abord faire porter la discussion sur la définition que donne l'auteur dès le début de son livre. Cette démocratie dont il parle, c'est la démocratie libérale. Il est naturel, dans ces conditions, qu'il en vienne à privilégier une pratique libérale des sondages, à faire confiance aux forces autorégulatrices du marché. Ne constate-t-on pas d'ailleurs que les pays occidentaux (ne parlons pas des démocraties populaires!) les plus réfractaires à la conception libérale de la démocratie, à l'idée de marché (la France par exemple) sont également ceux qui comptent sur l'État et non sur le marché pour pacifier le monde des sondages? La pratique des sondages est en fait, pour Vincent Lemieux, un véritable indicateur de la santé démocratique de nos sociétés. Ceux qui n'adhèrent pas à cette conception libérale de la politique ne se reconnaîtront pas nécessairement dans les conclusions du livre.

On pourra également faire porter la discussion sur le bilan que trace l'auteur. La concurrence conduit-elle bien à cette autodiscipline de la profession, à une amélioration de la qualité des produits offerts par

les maisons de sondages? Les normes pour la diffusion des résultats sont-elles généralement respectées dans la presse écrite, comme le dit l'auteur? La dernière question a été étudiée lors de la campagne électorale fédérale de 1988 par le Comité des sondages du Regroupement québécois des sciences sociales. Le bilan présenté après un mois de campagne et concernant les sondages Gallup (*Le Devoir*, 4 novembre 1988) est loin d'être positif. Les critères d'évaluation retenus par le comité étaient certes plus sévères que ceux auxquels Vincent Lemieux fait allusion dans son livre et qu'il reprend de l'American Association of Public Opinion Research. Toutefois les faibles notes obtenues par Gallup (il semble bien que le responsable de cette rareté d'informations méthodologiques soit l'organisme de sondages et non la presse) laissent à penser que le libre jeu de l'offre et de la demande est loin de produire les effets escomptés pour le public. De façon générale, d'ailleurs, on constate que le marché est loin d'avoir atteint un état d'équilibre: il y a en effet de fortes variations quant aux notes obtenues par les différentes maisons et les différents médias pour la diffusion des résultats de sondages pendant la campagne. Ainsi, alors qu'avec les critères du Comité des sondages du Regroupement québécois des sciences sociales les sondages Angus Reid-Southern News (résultats diffusés dans la *Gazette* du 29 octobre 1988) et Gallup (résultats diffusés le 31 octobre dans *La Presse* et le 7 novembre toujours dans *La Presse*) obtiennent moins de 50%, les sondages Sorécom-Le Soleil (résultats diffusés le 28 octobre) et Globe-Environics (résultats diffusés le 28 octobre) obtiennent, eux, plus de 70%! C'est dire que les observateurs (ces publics dont parle Vincent Lemieux) doivent demeurer vigilants.

Jean-Pierre Beaud,
Université du Québec à Montréal